EDITAL

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 043/2022
CONCORRÊNCIA Nº 002/2022

1 - O MUNICÍPIO DE AMARAJI, ESTADO DE PERNAMBUCO, localizado na Rua Rocha Pontual, 72 - Centro, através da Comissão Permanente de Licitação, torna público para conhecimento dos interessados que, serão recebidos os envelopes no dia **25/10/2022, até às 09:00 horas**, desta licitação, do tipo **"técnica e preço**", execução indireta sob o regime de empreitada por preço unitário, visando a contratação de agência de publicidade, em conformidade ao que determina a Lei Federal nº 12.232/10, a Lei Federal nº 8.666/93, a Lei Federal nº 4.680/65, o Decreto nº 57.690/66, pela Lei Complementar Municipal nº 09 de 28 de dezembro de 2021 e as Normas-Padrão da Atividade Publicitária tuteladas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão e as disposições deste Edital.

1.1 - Os invólucros nº 01 - PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - via não identificada, nº 02 - PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - via identificada, nº 03 - CONJUNTO DE INFORMAÇÕES - via identificada, nº 04 - PROPOSTA DE PREÇOS - via identificada, deverão ser entregues conjuntamente no início da sessão no dia e horário acima designados, e, o invólucro nº 05 – HABILITAÇÃO, deverá ser entregue no julgamento final das propostas apenas pelos licitantes classificados, conforme artigo 11, inciso XI, da Lei 12.232/10.

2 - DO OBJETO:

2.1 - CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA FORNECIMENTO DE SERVIÇOS PARA O MUNICÍPIO DE AMARAJI.

2.1.1 - A contratada deverá: prestar os serviços de natureza contínua nos setores de publicidade para executar um 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 e veiculação de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de divulgar as ações da Prefeitura.

2.1.2 - Como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas; à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados; à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias no assessoramento e apoio no desenvolvimento e execução em ações de comunicação.

2.2. A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no subitem 2.1, que lhe sejam afetos nos termos do art. 72, da Lei nº 8.666/93.

2.3 - A agência atuará por ordem e conta do Município de Amaraji, em conformidade com o art. 3º, da Lei nº 4.680/65, na contratação de:
a) veículos e outros meios de divulgação para compra de tempo e espaço publicitário para veiculação dos trabalhos previstos;
b) fornecedores de serviços especializados ou não para a produção e a execução técnica das peças, campanhas e materiais, além de serviços conexos e complementares.

3 - DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

3.1 - Serão consideradas em condições de participar as empresas que atenderem os requisitos do presente Edital.

3.2 - Somente poderão apresentar proposta as empresas especializadas no ramo pertinente ao objeto e que atenderem a todas as condições exigidas para cadastramento até o 3º (terceiro) dia anterior à data do recebimento das propostas, vedada a participação de consórcios ou grupos de empresas.
3.3 - Não será permitida a participação de empresas que tenham sócios ou empregados que sejam servidores do Município de Amaraji - PE.

3.4 - A presente Licitação será realizada em três fases, assim discriminadas:
a) Proposta Técnica;
b) Proposta de Preços;
c) Habilitação.

3.5 - Os interessados, no dia, local e hora indicados no preâmbulo deste Edital, deverão entregar, simultaneamente, à Comissão Permanente de Licitação, a Proposta Técnica e a Proposta de Preços, exigidos no presente Edital, em 04 (quatro) invólucros fechados e lacrados ou colados, conforme item 1.1, na forma seguinte:

Invólucro n° 01 - "PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO IDENTIFICADA" Envelope fornecido pela Prefeitura Municipal de Amaraji, sem qualquer inscrição, marca ou sinal.	Invólucro n° 02 - "PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA IDENTIFICADA" Município de Amaraji/PE Comissão Permanente de Licitações Concorrência nº ____/2022. PROPONENTE:
Invólucro n° 03 - "PROPOSTA TÉCNICA - CONJUNTO DAS INFORMAÇÕES" Município de Amaraji/PE Comissão Permanente de Licitações Concorrência nº ____/2022. PROPONENTE:	Invólucro n° 04 - "PROPOSTA DE PREÇOS" Município de Amaraji/PE Comissão Permanente de Licitações Concorrência nº ____/2022. PROPONENTE:

3.6 - O representante legal da empresa deverá, antes da entrega dos invólucros, identificar-se, apresentando ao Presidente da Comissão de Licitação a Carteira de Identidade e Prova de Titularidade da empresa, além do Certificado de Qualificação Técnica válido na data de abertura, expedido pelo CENP - Conselho Executivo de Normas-Padrão.

3.7 - Se a empresa enviar representante que não seja sócio, gerente ou diretor, faz-se necessário o credenciamento por procuração por instrumento público ou particular com firma reconhecida em cartório, com menção expressa de que lhe confere amplos poderes para praticar todos os atos no interesse da mesma junto a quaisquer órgãos públicos ou, ainda, com fins específicos para representação em todos os termos da presente licitação.

3.8 - Só terão direito de usar a palavra, rubricar, ter acesso à documentação e às propostas, apresentar reclamações ou recursos e assinar a ata, representantes legais dos concorrentes e os membros da Comissão Permanente de Licitações.

3.9 - O não comparecimento de quaisquer dos participantes na reunião, na qual serão recebidos os invólucros de Proposta Técnica, Proposta de Preços, não impedirá que ela se realize.

3.10 - Os documentos de habilitação apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, serão apresentados encadernados em invólucro fechado, em uma única via, na forma seguinte:

Invólucro n° 05 - "HABILITAÇÃO" Município de Amaraji/PE Comissão Permanente de Licitações Concorrência nº ____/2022. PROPONENTE:

3.11 - A participação da licitante no processo licitatório implica em expressa concordância aos termos deste Edital.

4 - INVÓLUCROS N° 01 e 02 - PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, uma via identificada e outra não identificada.

4.1 - O Plano de Comunicação Publicitária - via não identificada – será apresentada em invólucro padronizado fornecido previamente pelo Município de Amaraji e consistirá de um caderno impresso composto de quatro quesitos:

I - RACIOCÍNIO BÁSICO, sob a forma de texto de, no máximo, 05 (cinco) páginas, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Município de Amaraji - PE, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;

II - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, sob a forma de texto de no máximo 05 (cinco) páginas, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela Prefeitura Municipal de Amaraji - PE;

III - IDEIA CRIATIVA, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa da proponente aos desafios e metas por ela explicitados na estratégia de comunicação publicitária, sendo uma peça em 01 (uma) página para cada um dos estabelecidos pela licitante.

IV - ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA, em que a proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório, apresentada sob a forma de textos sem limite de páginas, permitida a inclusão de tabelas, gráficos, planilhas e quadro resumo que identificarão as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação.

4.1.1. Exclusivamente na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, as proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação.

4.1.2 - Fica vedada a colocação de qualquer marca, sinal, etiqueta, palavra ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação do proponente antes ou depois da abertura do invólucro nº 01 que deverá conter a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

4.2 - O Plano de Comunicação Publicitária – via identificada, terá o mesmo teor da via não identificada sem as peças da campanha simulada, porém poderá ser identificado com timbre e envelope próprio da empresa licitante, para posterior identificação do melhor plano de mídia e atribuição de pontuação.

4.3 - O Plano de Comunicação Publicitária, previstos nos itens 4.1. e 4.2., deverão ser apresentados da seguinte forma:
I - em papel A4, branco;
II - com espaçamento de 2 (dois) cm nas margens direita, esquerda, inferior e superior a partir da borda;
III - com textos justificados;
IV - com espaçamento “simples” entre as linhas, duplo entre títulos e linhas;
V - com texto em fonte “arial”, tamanho 12 pontos;
VI - com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
VII - agrupadas, com grampeamento simples no canto superior à esquerda; e
VIII - sem identificação da licitante.

4.4. Será desclassificado a licitante que descumprir o disposto neste Edital.

4.5. A critério do Município de Amaraji, a campanha publicitária da proposta vencedora poderá ou não vir a ser produzida e veiculada, com ou sem modificações, na vigência do Contrato.

5 - INVÓLUCRO N° 03 - PROPOSTA TÉCNICA - CONJUNTO DE INFORMAÇÕES, destinadas a avaliar a capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes, e consistirá de um caderno impresso composto de 03 (três) quesitos:

5.1 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO: pode ser apresentado em forma de texto contendo fotos, devendo conter as seguintes informações:

a) Currículos com a quantificação e qualificação dos profissionais que serão postos à disposição da linha de atuação, de maneira discriminada, por setor da agência licitante (no mínimo: atendimento, criação, mídia, planejamento, produção);
b) Descrição das instalações físicas e do instrumental técnico de que dispõe a licitante para atender a presente licitação;
c) Sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento da licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos máximos a serem cumpridos em condições normais de trabalho para a criação de campanha, criação de peças avulsas e elaboração de plano de mídia;
d) A Comissão Permanente de Licitação poderá visitar, a qualquer momento, a empresa licitante para confirmação de suas informações.

5.1.1 - A Capacidade de Atendimento do licitante, deve ser apresentada em um única via**,** que deverá ser datada e assinada pelo representante da Licitante, sem limite máximo de páginas e deverá ser apresentada da seguinte forma,
I- em papel sulfite A4, branco;
II - com espaçamento de 2 (dois) cm nas margens direita, esquerda, inferior e superior a partir da borda;
III - com textos justificados;
IV - com espaçamento "simples" entre as linhas, duplo entre títulos e linhas;
V - com texto em fonte "arial", tamanho 12 pontos;
VI - com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
VII - agrupadas, com grampeamento simples no canto superior à esquerda.

5.1.2. Não serão aceitos, para descrever a capacidade de atendimento, anexos especiais tais como portfólios impressos ou eletrônicos descrevendo atividades além das formas solicitadas.

5.2 – REPERTÓRIO:

a) A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte "arial" tamanho 12, em folhas numeradas sequencialmente, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
b) Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.
c) O Repertório será constituído de peças e/ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.
d) Deverão ser apresentadas 5(cinco) peças/material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.
e) As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pendrive.
f) As peças gráficas devem preservar sua capacidade de leitura e deverão ser indicadas suas dimensões originais.
g) Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida da letra "d", deste item, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas, mediante aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista.
h) Para cada peça e/ou material, deve ser apresentada uma ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição e/ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de, pelo menos, um veículo que divulgou cada peça.
i) As peças e/ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pelo Município de Amaraji - PE.
j) Os trabalhos apresentados no Repertório devem ter sua realização a partir do ano de 2010.

5.3 - RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

a) 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, sendo, na última página, referendada pelo respectivo representante do cliente e rubricadas e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
b) A licitante poderá apresentar até 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejada, propostas por ela e implementadas por seus clientes.
c) Se a licitante apresentar relatos em quantidade inferior à estabelecida na letra "b" anterior, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de relatos apresentados.
d) Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pelo Município de Amaraji - PE.
e) Os relatos apresentados devem ter sua realização a partir do ano de 2008.

6 - O INVÓLUCRO N° 04 - PROPOSTA DE PREÇOS

6.1 - A Proposta de Preços deverá ser elaborada em conformidade com as condições estabelecidas neste Edital, digitada, sem emendas, rasuras ou entrelinhas que venham a ensejar dúvidas, reconhecendo assim, a plena aceitação e aplicação das normas e critérios deste Edital e conter os seguintes elementos:
I - Modalidade e o número desta licitação;
II - Indicação da empresa: razão social, endereço completo, e-mail, telefone atualizado da proponente, para facilitar possíveis contatos;
III - Validade da proposta, que deverá ser de, no mínimo, 60 (sessenta) dias consecutivos, contados do primeiro dia útil posterior à data de abertura da licitação;
IV - Assinatura do representante legal da empresa.

6.2 - A Proposta de Preços será apresentada mediante preenchimento da Planilha de Preços, sujeitos à valoração, e deverá ser apresentada conforme descrito nas alíneas "a" e "b" inframencionadas, compreendendo:
a) Percentual de desconto concedido sobre os custos internos baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco (SINAPRO/PE);
b) Percentual de honorários pertinentes à supervisão de produção externa incidente sobre os custos de serviços e suprimentos externos de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais contratados com fornecedores, com limite máximo de 15% (quinze por cento);

6.3 - Caso alguma participante conceda desconto ou proponha honorários acima dos limites estabelecidos, será desclassificada.

6.4 - Os serviços de mídia como planejamento e distribuição aos veículos serão remunerados à Agência vencedora mediante o "desconto padrão" de 20% concedido pelos veículos de divulgação de acordo com o Parágrafo Único, do art. 11, da Lei n° 4.680/65 e Normas-Padrão da Atividade Publicitária, tuteladas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão.

6.5 - A licitante deverá apresentar declaração, anexa à Proposta de Preços, na qual:
6.5.1. Tratará a questão dos direitos autorais, estabelecendo a cessão total e definitiva dos direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do Contrato.
6.5.2. O compromisso de sempre negociar as melhores condições de preço, para os direitos de imagem de som e de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de utilização e/ou possível reutilização em peças publicitárias para o Município de Amaraji – PE.
6.5.3. Garantirá transferência ao Município de Amaraji - PE de toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a Veículos e a Fornecedores.

6.6. A Comissão Permanente de Licitação não considerará as propostas que não atenderem a todas as exigências deste Edital e às condições da licitação.
6.7. Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do Contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

7 - DOS PROCEDIMENTOS DA SESSÃO

7.1. Os invólucros nº 01, 02, 03 e 04, serão entregues à Comissão Permanente de Licitação na data, local e horário determinados no preâmbulo do Edital.
7.1.1. Os integrantes da subcomissão técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços.
7.1.2. A Comissão Permanente de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros padronizados, nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.
7.1.3 Será desclassificada a licitante cujos documentos pertinentes ao Invólucro nº 1 contenham informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique sua autoria, bem como se o Invólucro nº 3 também contenha alguma referência que possa identificar o conteúdo do Invólucro nº 1.

7.2. O processamento e o julgamento da licitação obedecerá ao seguinte procedimento:
I - abertura do invólucro nº 01 com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária e do invólucro nº 03 com Conjunto de Informações, ocorrerá em sessão pública, pela Comissão Permanente de Licitação;
II - encaminhamento dos invólucros n.º 01 e 03 à subcomissão técnica para análise e julgamento, para analise individualizada e julgamento, devendo esta comissão observar as exigências estabelecidas no edital e desclassificar os que as desatenderem;
III - elaboração de ata de julgamento do Plano de Comunicação Publicitária e encaminhamento à Comissão Permanente de Licitação, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram;
IV - elaboração de ata de julgamento dos quesitos contidos no Conjunto de Informações e encaminhamento à Comissão Permanente de Licitação, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e justificativa escrita das razões que as fundamentaram;
V - realização de sessão pública para apuração do resultado geral das Propostas Técnicas, com os seguintes procedimentos:
a) abertura dos invólucros com a via identificada do Plano de Comunicação Publicitária;
b) cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
c) elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada Proposta Técnica;
d) proclamação do resultado do julgamento geral da Proposta Técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;
VI - publicação do resultado do julgamento da Proposta Técnica, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome das licitantes, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea "b", do inciso I, do art. 109, da Lei no 8.666/93. Transcorrido o prazo recursal, ou julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação marcará nova data para a abertura dos invólucros n.º 04 contendo a Proposta de Preços;
VII - se houver desclassificação de alguma Proposta Técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do invólucro da via identificada da Proposta Técnica - Plano de Comunicação Publicitária;
VIII - abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, em sessão pública, obedecendo-se ao previsto no § 2º, do art. 46, da Lei nº 8.666/93, para licitações do tipo "técnica e preço";
IX - publicação do resultado do julgamento e classificação final das propostas, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea "b", do inciso I, do art. 109, da Lei nº 8.666/93;

X - transcorrido o prazo recursal, convocação das licitantes classificadas no julgamento final das propostas para apresentação dos documentos de habilitação;
XI - recebimento e abertura do invólucro com os documentos de habilitação das licitantes em sessão pública, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e no instrumento convocatório;
XII - decisão quanto à habilitação ou inabilitação das licitantes e abertura do prazo para interposição de recurso, nos termos da alínea a do inciso I, do art. 109, da Lei nº 8.666/93;
XIII - reconhecida a habilitação das licitantes, será homologado o procedimento e adjudicado o objeto licitado à licitante primeiro classificada.

8 - INVÓLUCRO N° 05 - HABILITAÇÃO

8.1 - Os documentos exigidos no invólucro nº 05 - "HABILITAÇÃO" deverão ser apresentados todos em 01 (uma) via, respectivamente, devendo ser em original ou por qualquer processo de cópia devidamente autenticada por Cartório competente, ou pelo servidor do Município de Amaraji - PE ou publicação em órgão de imprensa oficial, encadernados sequencialmente de acordo com os itens do Edital, sem emendas (ex.: números sobrepostos) ou rasuras (ex.: uso de corretivos líquidos). Caberá à Comissão Permanente de Licitação solicitar, a qualquer momento, os originais para confrontação, em caso de dúvida.

8.1.1 - Habilitação Jurídica

a) cédula de identidade do(s) responsável(is) legal(is) da licitante;
b) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, em se tratando de sociedades empresariais, devidamente registrado e acompanhado de documento de eleição de seus administradores, quando se tratar de sociedades por ações (contrato social com todas as alterações contratuais ou a alteração consolidada), e deles deverá constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta CONCORRÊNCIA;
c) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registros de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício.

8.1.2 - Regularidade Fiscal

a) Prova de inscrição no Cadastro Geral do Município (Alvará de Licença), relativo ao domicílio da proponente;
b) Prova de regularidade para com as Fazendas Públicas Federal, Estadual e Municipal do domicílio ou sede da proponente.
c) Prova de regularidade ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS).
d) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (Lei nº 12.440/11).
e) Prova de Inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), cuja atualização compreenderá o prazo máximo de 180 (cento e oitenta) dias da data de emissão, salvo disposição contrária em lei ou em regulamento a respeito.

8.1.3 - Qualificação Econômico-Financeira

a) Certidão negativa de falência ou recuperação judicial expedida pelo distribuidor da sede do licitante, com data de expedição ou revalidação dos últimos 30 (trinta) dias anteriores à data da realização da licitação, prevista no preâmbulo deste edital, caso o documento não consigne prazo de validade

b) Balanço Patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social da empresa exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais, quando encerrado há mais de três meses da data fixada para recebimento dos envelopes;

b.1) A comprovação da boa situação financeira da licitante será baseada na obtenção dos índices de *Liquidez Geral (LG)*, *Solvência Geral (SG)* e *Liquidez Corrente (LC)* resultantes da aplicação das fórmulas abaixo,

sendo considerada habilitada a empresa que apresentar resultado igual ou superior a *1,0 (um)*, nos índices abaixo indicados:

$$LG = \frac{\text{Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo}}$$

$$SG = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo}}$$

$$LC = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$$

b.2) Serão considerados e aceitos como *na forma da lei* os *Balanços Patrimoniais* e demonstrações contábeis que contenham as seguintes exigências:

I) Quando se tratar de sociedades anônimas, o balanço deverá ser apresentado em publicação no Diário Oficial do Estado ou jornais de grande circulação;

II) Quando se tratar de outra forma societária *(ME, EPP, LTDA e Empresas Individuais):* O balanço patrimonial deverá ser devidamente autenticado na *Junta Comercial* da sede ou domicílio da licitante e/ou em outro órgão equivalente, bem como as cópias dos *Termos de Abertura e Encerramento,* extraídos do *Livro Diário,* (*Art. 5º, § 2º do Decreto Lei nº486/69),* contendo:

II.a) Identificação e assinaturas legíveis do(s) sócio(s) da empresa;

II.b) Identificação e assinatura legível ***(chancela)*** do responsável contábil da empresa, devidamente registrado no *CRC - Conselho Regional de Contabilidade,* através da apresentação da Certidão de Regularidade Profissional (Contador/Técnico Contábil).

III) Quando se tratar de sociedade constituída a menos de 01 (um) ano, esta deverá apresentar apenas o Balanço de Abertura, o qual deverá conter a Identificação e assinatura legível *(chancela)* do responsável contábil da empresa, devidamente registrado no *CRC - Conselho Regional de Contabilidade,* bem como ser devidamente autenticado na *Junta Comercial* da sede ou domicílio da licitante e/ou em outro órgão equivalente.

IV) As exigências dos itens e subitens, acima deverão ser atendida também pelas Micros e Pequenas Empresas, ainda que optantes ou inscritas no SIMPLES.

8.1.4 - Capacidade Técnica

a) Atestado de Capacidade Técnica Operacional em nome da empresa licitante, expedido por pessoa jurídica pública ou privada (não poderá ser fornecida pelo município licitante) que comprove a prestação de serviços com características similares às do objeto desta licitação, deverndo conter razão social, CNPJ, endereço, telefone e ser firmado pelos responsáveis legais.

b) Certificado de Qualificação Técnica concedido pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão, incorporado ao sistema legal por força do Decreto n. 4.563/02, para atendimento do art. 4º da Lei n.º 12.232/10.

c) Comprovante/Declaração de registro ou inscrição da agência licitante na entidade profissional competente: Sindicato das Agências de Propaganda de sua base territorial (SINAPRO) ou Associação Brasileira de Agências de Publicidade - ABAP, para atendimento do art. 30, inciso I, da Lei nº 8.666/93.

8.1.5 - Declarações e outros documentos

a) Declaração da licitante em papel timbrado e assinado pelo representante legal, informando que cumpre a proibição prevista no art. 7º da CF - ou seja, de que não utiliza trabalho de menor de dezoito anos em atividades noturnas, perigosas ou insalubres, e de trabalho de menor de quatorze anos, salvo na condição de aprendiz. (Sugerimos o modelo apresentado no Anexo IV, em papel da própria empresa e assinada por pessoa legalmente habilitada e que seja possível identificar quem assinou);

b) Declaração elaborada em papel timbrado e subscrita pelo representante legal da licitante, assegurando a inexistência de impedimento legal para licitar ou contratar com a Administração. (Sugerimos o modelo apresentado no Anexo V, em papel da própria empresa, assinada por pessoa legalmente habilitada e que seja possível identificar quem assinou);

8.2. As Certidões, Certificados ou Declarações que não tragam suas validades expressas, serão consideradas pela Comissão Permanente de Licitação, válidas por 90 (noventa) dias, a contar da data de sua emissão.

8.3. Quando a licitante apresentar certidão extraída por meio da internet, que não seja original, a Comissão efetuará a consulta no site correspondente, para verificação da sua autenticidade.

8.4. Documentos em fac-símile não serão aceitos, salvo para efeitos de diligências.

8.5. Serão consideradas inabilitadas automaticamente as participantes que não apresentarem a documentação solicitada ou apresentarem-na com vícios ou defeitos que impossibilitem seu entendimento ou não atendam satisfatoriamente as condições deste Edital.

9 - DO CRITÉRIO DE JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

9.1. O julgamento compreenderá a análise e pontuação dos documentos contidos nos invólucros da Proposta Técnica das licitantes, conforme as normas de julgamento que são apresentadas a seguir.

9.1.1. Para efeitos deste Edital, será desclassificada a Proposta Técnica que não atingir, pelo menos, 50 (cinquenta) pontos, equivalentes a 50% (cinquenta por cento) da pontuação máxima possível.

9.1.2. Para julgamento do critério de qualidade técnica da proposta, a avaliação das Propostas Técnicas será feita pela subcomissão técnica de Licitação, especialmente constituída para esse fim.

9.1.3. A falta de qualquer dos documentos exigidos para a Proposta Técnica ou sua apresentação em desacordo com o presente Edital, implicará na desclassificação da proposta.

9.1.4. Na apreciação das Propostas Técnicas, será considerada a linha de atuação desenvolvida, sendo certo que receberá um máximo de 100 (cem) pontos, distribuídos entre os diversos tópicos de julgamento, da seguinte forma:

9.1.4.1. Plano de Comunicação Publicitária (máximo de 60 (sessenta) pontos no total).

I - Raciocínio básico - máximo de 10 (dez) pontos, relativos a:
a) Conhecimento das características gerais do cliente;
b) Conhecimento genérico dos serviços prestados pelo cliente;
c) Adequada compreensão da linha de atuação específica do cliente, da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Comunicação da Prefeitura Municipal de Amaraji- PE com seu público;
d) Acuidade de compreensão do papel da Comunicação da Prefeitura Municipal de Amaraji - PE no atual contexto social, político e econômico.

II - Estratégia de comunicação publicitária - máximo de 20 (vinte) pontos, relativos a:
a) Formulação do conceito, da compreensão do tema hipotético ao desenvolvimento do raciocínio que o conduziu;

b) A formulação do tema da comunicação adotado para a linha de atuação;
c) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa;
d) A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação da Administração Municipal com seu público.

III - Ideia criativa - máximo de 20 (vinte) pontos, relativos a:
a) A sua adequação ao problema específico de comunicação do cliente;
b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
c) A cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;
d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
f) A sua pertinência às atividades do cliente e à sua inserção na sociedade;
g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
h) A compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.

IV - Estratégia de mídia e não mídia - máximo de 10 (dez) pontos, relativos a:
a) O conhecimento dos hábitos de mídia dos segmentos de público prioritários;
b) A capacidade analítica revelada no exame desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia;
c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às 02 (duas) alíneas anteriores;
d) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;

9.1.4.2. Conjunto de Informações (máximo de 40 (quarenta) pontos no total) relativos a:

I - Capacidade de Atendimento (máximo de 10 (dez) pontos), relativos a:
a) Capacidade geral de atendimento revelada pela licitante, considerando a qualificação dos profissionais colocados à disposição da linha de atuação nos diferentes setores da agência, considerando a formação profissional;
b) Estrutura física e equipamentos necessários à realização dos serviços;
c) Pertinência da sistemática de atendimento e a adequação dos prazos máximos para a entrega dos serviços, a operacionalidade do relacionamento entre o Setor de Comunicação do Município e a licitante, esquematizado na Proposta;

II – Repertório (máximo de 15 (quinze) pontos no total), relativos a:
a) A ideia criativa e sua pertinência;
b) A clareza da exposição;
c) A qualidade da execução e do acabamento.

III – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (máximo de 15 (quinze) pontos no total) relativos a:
a) A concatenação lógica da exposição;
b) A evidência de planejamento publicitário;
c) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
d) A relevância dos resultados apresentados.

9.1.5. A Nota da Proposta Técnica (total de pontuação auferida) servirá para o cálculo da nota final de acordo com o item 11.

10 - DO CRITÉRIO PARA A PONTUAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

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

10.2. A classificação das Propostas de Preços será feita mediante a aplicação do critério de julgamento como indicado a seguir:

10.2.1. Não se considerará qualquer oferta de vantagem não prevista no Edital, nem preço ou vantagem

baseados em ofertas de outras empresas licitantes.

10.2.2. A avaliação da Proposta de Preços será pelo máximo de 100 (cem) pontos, atribuindo-se pontuação em seus itens, através dos seguintes critérios:

DESCONTO / HONORÁRIO	NOTA
a) DESCONTO (em percentual) a ser concedido à Prefeitura Municipal de Amaraji – PE, sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco do exercício atual:	1 - Desconto igual a 0%: Nota = 0 2 - Desconto superior a 0%: Nota = 1,5 x Desconto Nota máxima: 60 pontos
b) HONORÁRIOS (em percentual) a serem cobrados da Prefeitura Municipal de Amaraji – PE, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada:	1 -Honorário igual a 15%: Nota = 0 2 - Honorário inferior a 15%: Nota = 5,0 x (15 - honorário) Nota máxima: 40 pontos

10.3. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo sido julgados os recursos porventura interpostos, ou havendo desistência dos mesmos, a Comissão Permanente de Licitação elaborará relatório e parecer conclusivo, com o resultado da licitação e os encaminhará para homologação do resultado do julgamento, e adjudicação do objeto à empresa licitante vencedora.

10.4. A nota da Proposta de Preços (total de pontuação auferida) servirá para o cálculo da nota final de acordo com o item 11.

10.5. Serão desclassificadas as propostas que:
I - Não atenderem as disposições contidas neste Edital;
II - Apresentarem valores superiores aos praticados no mercado;
III - Apresentarem percentual de honorários superiores a 15% (quinze por cento) pertinentes a supervisão de produção externa incidente sobre os custos de serviços e suprimentos externos de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais contratados com fornecedores;

11 - DA CLASSIFICAÇÃO FINAL

11.1 - O cálculo da NOTA FINAL das propostas das licitantes será feito mediante aplicação da seguinte fórmula:

$$NF = \frac{(NPT*7+NP*3)}{10}$$, onde:

NF = Nota Final
NPT = Nota da Proposta Técnica
NP = Nota da Proposta de Preços

11.2 - A classificação final será realizada com base no valor da Avaliação Final, classificando-se em primeiro lugar a proponente que obtiver a maior média ponderada, em segundo lugar, a que obtiver a segunda maior média ponderada e, assim, sucessivamente.
11.3 - Erros aritméticos serão retificados da seguinte forma: se houver discrepância entre os percentuais propostos, prevalecerá o montante por extenso; e se a licitante não aceitar a correção do erro, sua proposta será rejeitada.
11.4 - Não serão levadas em consideração vantagens não previstas neste Edital, nem ofertas de redução sobre a proposta que melhor atenda aos interesses da Administração Pública Municipal.
11.5 - Em caso de empate, a agência vencedora será aquela que tiver a maior nota técnica.
11.6 - A classificação das Propostas será feita em ordem decrescente dos números correspondentes às Notas Finais, sendo declarada vencedora a licitante mais bem classificada na nota final.

12. DAS IMPUGNAÇÕES E DOS RECURSOS

12.1- Esclarecimentos sobre este Edital e seus anexos serão prestados pela Presidência da Comissão Permanente de Licitação apenas mediante solicitação por escrito, feito pelo(s) representante(s) legal(is) da licitante, através do e-mail: licitação@amaraji.pe.gov.br, com confirmação de recebimento ou correspondência com documento de entrega enviada ao endereço mencionado no preâmbulo deste Edital.
12.2 - O pedido de impugnação do Edital deverá ser protocolado, sob pena de decadência, até 02 (dois) dias úteis antes da data do julgamento, no endereço citado no preâmbulo deste Edital, devendo neste caso ser observado subsidiariamente a Lei Federal n° 8.666/93, artigo 41 e seus parágrafos.

12.3 - No caso de ausência da impugnação, pressupõe-se que os elementos constantes neste Edital são suficientes, claros e precisos, não cabendo, portanto, posteriormente, qualquer reclamação.

12.4 - Antes de ser processada a licitação, a Comissão Permanente de Licitação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa ou em consequência de solicitações de esclarecimentos, modificar este Edital e seus anexos, bem como adiar ou prorrogar o prazo para recebimento das propostas, devendo publicar aviso nos mesmos veículos nos quais foi publicado o Aviso da presente Concorrência.

12.5 - Os pedidos de impugnação serão respondidos apenas por escrito, se possível pelas mesmas vias.

12.6 - No caso de alteração do presente Edital, deverá a mesma ser publicada na forma prevista no art. 21, § 4º da Lei n.º 8.666/93 e, se implicar na formulação das propostas, será aberta nova contagem do prazo original para entrega dos invólucros Proposta Técnica e Proposta de Preços.

13 - DA EXECUÇÃO DO CONTRATO

13.1 - O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas, cronograma de atividades e demais disposições legais, respondendo cada uma pelas consequências de seu inadimplemento ou descumprimento, total ou parcial.

13.2 - Os casos omissos serão resolvidos de acordo com as normas de regência do certame.

13.3 - Todo o material produzido pela licitante vencedora e de titularidade dela, pago pela contratante será de propriedade do Município de Amaraji-PE, ficando sua utilização sujeita às determinações da legislação de direitos autorais.

13.4 - A empresa declarada vencedora será convidada a assinar o contrato cuja minuta faz parte integrante desta licitação (Anexo III), o que deverá fazê-lo dentro de 03 (três) dias da convocação, na forma do Artigo 64 da Lei n.º 8.666/93, podendo ser o prazo prorrogado por igual período, se for o caso, sob pena de decair do direito a contratação e ser convocada a licitante classificada em 2º (segundo lugar), se convier à Administração, e assim sucessivamente.

13.5 - A Contratada fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem nos serviços em até 25% (vinte e cinco por cento) da quantidade inicialmente estimada.

14 - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

14.1 - À proponente que ensejar o retardamento da execução do certame, não mantiver a proposta, deixar de entregar, ou apresentar documentação falsa exigida no Edital, comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude fiscal, poderá ser aplicado inclusive cumulativamente, conforme o caso, as seguintes sanções, sem prejuízo da reparação dos danos causados ao Município:
a) Advertência;
b) Multa:
b.1 - De 0,5% (meio por cento) por dia de atraso, no caso de não cumprimento de qualquer prazo previsto no edital, até o limite de 10% (dez por cento);

b.2 - De 10% (dez por cento) sobre o valor homologado, no caso de descumprimento do Contrato, sem prejuízo do disposto no item b1;
b.3 – De 10% (Dez por cento) sobre o valor vencedor da licitação, na hipótese de rescisão do instrumento contratual após sua assinatura, decorrente de culpa exclusiva da empresa vencedora da licitação.
c) Suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com o Município de Amaraji pelo período de até 05 (cinco) anos consecutivos;
d) Declaração de inidoneidade.
14.2. Será aplicada multa de 2% (dois por cento) sobre o valor da proposta apresentada em caso de não-regularização da documentação pertinente à habilitação fiscal (no caso de Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte), no prazo previsto no parágrafo 1º, do art. 43, da LC nº 123/06.

15 - DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

15.1 - As despesas decorrentes da contratação, objeto desta licitação, correrão a contas dos recursos específicos por conta das seguintes dotações orçamentárias:

Entidade : 01 – PMA
Poder : 02 – Executivo
Unidade: 0203 – Secretaria de Administração
Funcional : 04.121.0002.2011.0000
Atividade: Manutenção das Atividades da Secretaria
Categoria Econômica : 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica

Entidade : 01 – PMA
Poder : 02 – Executivo
Unidade: 0204 – Secretaria de Educação
Funcional : 12.361.0021.2019.0000
Atividade: Manutenção das Atividades da Secretaria de Educação
Categoria Econômica : 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica

Entidade : 02 – FMAS
Poder : 30 – Fundo Municipal
Unidade: 3020 – Fundo Municipal de Assistência Social
Funcional : 08.244.0034.2009.0000
Atividade: Manutenção do Fundo Municipal de Assistência Social
Categoria Econômica : 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica

Entidade : 03 – FMS
Poder : 30 – Fundo Municipal
Unidade: 3030 – Fundo Municipal de Saúde
Funcional : 10.302.0013.2119.0000
Atividade: Manutenção dos Serviços da Saúde
Categoria Econômica : 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica

16 - DO PRAZO DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS:

16.1 - O prazo de execução dos serviços constantes deste Edital será de 12 (doze) meses, a contar da assinatura do Contrato, podendo ser prorrogado mediante Termo Aditivo, na forma prevista no art. 57, inciso II, da Lei 8.666/93, a critério da Prefeitura Municipal, por iguais e sucessivos períodos, a critério da Administração, limitados a 60 (sessenta) meses. O licitante vencedor poderá sub-locar os serviços de criação de campanhas e/ou serviço intelectual em até 20%, desde que fique responsável e que a apresentação dos serviços para aprovação ocorra pela empresa vencedora do certame e não pela empresa criadora das peças, para caso dessa natureza. No que se refere a contratação de execução cumprirá o que preceitura o art. 14 e seus parágrafos, da lei n.º 14.232/2010.

16.2 - A licitante vencedora ficará obrigada a revisar às suas expensas o serviço que vier a ser recusado, sendo que o ato de recebimento não importará sua aceitação.

16.3 - Independentemente da aceitação, a adjudicatária garantirá a qualidade dos serviços obrigando-se a refazer aquele que estiver em desacordo com a proposta que for autorizada pelo Município de Amaraji - PE.

16.4 – Durante o prazo de execução 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 art. 14 §1º do art 2º da lei 12.232/2010;

16.5 – Durante o prazo do fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no caput desde artigo exigirá sempre apresentação de orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado, no mínimo três (03), devidamente lacrados conforme art. 14 §1º e §2º da Lei 12.232/2010;

16.6 – durante a execução as informações sobre valores pagos na execução do contrato, cumprirá o que se exige no parágrafo único e artigo 17 da Lei 12.232/2010.

17 - DOS PREÇOS E DO PAGAMENTO:

17.1. O Município de Amaraji - PE poderá investir em publicidade, através da agência vencedora desta licitação, até o valor **máximo de R$ 600.000,00 (seiscentos mil reais)**, aí incluídos quaisquer custos, internos ou externos, honorários e outros.

17.2. Pelos serviços prestados, constantes neste Edital, a Contratada será remunerada na forma prevista e especificada na Proposta de Preços, por ela oferecida, sendo que os pagamentos serão efetuados no prazo de 15 (quinze) dias úteis após o recebimento definitivo dos serviços pela Contratante.

17.3. Para efeito de processamento dos pagamentos devido à Contratada, a Contratante exigirá apresentação de documentação fiscal da Contratada, acompanhada de respectivos comprovantes de execução dos serviços e das cópias das faturas de terceiros em geral com referidas documentação fiscal.

18 - GESTÃO E FISCALIZAÇÃO

18.1 - O MUNICÍPIO DE AMARAJI designará um gestor para o acompanhamento formal nos aspectos administrativos, procedimentais contábeis, além do acompanhamento e fiscalização dos serviços, devendo registrar em relatório todas as ocorrências e as deficiências, nos termos do art. 67 da Lei Federal n° 8.666/93, consolidada, cuja cópia será encaminhada à CONTRATADA, objetivando a correção das irregularidades apontadas no prazo que for estabelecido.

18.1.1 - O fiscal do contrato será responsável pelo fiel cumprimento das cláusulas contratuais, inclusive as pertinentes aos encargos complementares.
18.2 - As exigências e a atuação da fiscalização pelo CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade única, integral e exclusiva da Contratada no que concerne a execução do objeto contratado.

19 - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS:

19.1 - O acolhimento para exame das propostas e a sua classificação não gera direito adquirido à autora/licitante de qualquer delas na adjudicação do serviço que constitua o seu objeto.

19.2 - O não comparecimento de quaisquer dos participantes na reunião em que serão recebidos os invólucros de Proposta Técnica, de Proposta de Preços e de habilitação não impedirá que ela se realize, não cabendo ao ausente direito de reclamação de qualquer natureza.
19.3 - A Prefeitura Municipal de Amarji - PE poderá, até a homologação do procedimento, revogar a presente licitação, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente, devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta, sem direito a indenização ou ressarcimento às licitantes, ou ainda, proceder a anulação da mesma quando incidir ilegalidade no procedimento licitatório, mediante despacho fundamentado.

19.4 - Eventuais recursos referentes a esta licitação, deverão ser interpostos dentro do prazo constante no art. 109, da Lei Federal 8.666/93.

19.5 - Não será permitida que a proponente faça retificações e cancelamentos de preços ou alterações nas condições estipuladas, uma vez entregues as propostas.

19.6 - Após a homologação e adjudicação desta licitação, não será permitido à licitante declarada vencedora, o direito de cancelamento da proposta ou rescindir o contrato correspondente, ficando a mesma sujeita às penalidades previstas neste Edital, concomitantemente às demais normas previstas na legislação pertinente.

19.7 - A(s) dúvida(s) que surgir(em) em qualquer fase do procedimento licitatório, serão dirimidas pela Comissão Permanente de Licitação, observados os preceitos legais pertinentes. É facultada à Comissão Permanente de Licitação ou autoridade superior, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnica e de Preços ou dos Documentos de Habilitação.

19.8 - Para fins dessa CONCORRÊNCIA, o Briefing (Anexo I) atende às exigências do projeto básico a que se refere o art. 11 da Lei Federal nº 8.666/93 e posteriores alterações.

19.9 - Caso não haja expediente na Prefeitura, no dia fixado para recebimento e abertura dos invólucros de Proposta Técnica, Proposta de Preços e habilitação, fica automaticamente transferida a data, para o primeiro dia útil subsequente.

19.10 - Só terão direito de usar da palavra, rubricar as documentações e as propostas, apresentar reclamações ou recursos e assinar a ata, representantes legais dos concorrentes habilitados para o ato, os membros da Comissão Permanente de Licitação e da Subcomissão Técnica, para os atos que lhe estão afetos.

19.11 - Os serviços especializados, relacionados com as atividades complementares da execução do objeto, nos termos do § 1º, do art. 2º, da Lei Federal n.º 12.232/10, deverão ser contratados dentro das regras previstas no art. 14 e parágrafos, da supra mencionada Lei.

19.12 - Todas as informações sobre a execução do contrato serão divulgadas no site da Prefeitura Municipal de Amaraji - PE, garantindo livre acesso a qualquer interessado.

19.13 - Complementam este Edital os seguintes anexos:

ANEXO I – BRIEFING
ANEXO II - PROPOSTA DE PREÇOS
ANEXO III - MINUTA DE CONTRATO
ANEXO IV – DECLARAÇÃO SOBRE O USO DE MÃO-DE-OBRA INFANTIL
ANEXO V - DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE IMPEDIMENTO LEGALI
ANEXO VI – INEXISTÊNCIA DE FATO SUPERVENIENTE
ANEXO VII - DECLARAÇÃO SOBRE DIREITOS AUTORAIS

Amaraji - PE, 06 de setembro de 2022.

DEIVIDE DIOGENES ANTONIO DE ANDRADE
SECRETÁRIO MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

ANEXO I

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 043/2022
CONCORRÊNCIA N.º 002/2022

BRIEFING

1 - SOBRE A PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

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

Outro público fundamental da comunicação institucional é o mais importante ativo de um município – seus funcionários e colaboradores. Todas as vezes que uma peça de publicidade se volta ao servidor público municipal, no caso da Prefeitura Municipal de Amaraji, também temos publicidade institucional. Estas ações - conhecidas de forma técnica como Endomarketing - vem sendo utilizadas para integrar colaboradores aos objetivos administrativos do executivo.

Além do público interno, a publicidade institucional governamental deve atingir em seu corpo estratégico a sociedade segmentada em três públicos estratégicos: o cidadão, o contribuinte e o usuário de serviços públicos. Nestas três instâncias temos questões conceituais diferentes que precisam de tratamentos criativos específicos para levar os princípios do poder público a todas as esferas da sociedade.

A base de qualquer comunicação publicitária do poder público é institucional pelo caráter de sua ação. Diversas ações de interesse público envolvem a divulgação dos princípios que aquele governo municipal está definindo para atuar. Comunicar isto para a população faz parte não apenas da obrigação democrática, mas da transparência saudável ao acompanhamento dos resultados de uma prefeitura. Mais que obter a adesão, a Publicidade Governamental Institucional contemporânea tem como foco interagir com a população fomentando a ação conjunta na busca do bem comum.

2 - SOBRE AÇÕES DA PREFEITURA

Mesmo que toda a comunicação do executivo municipal tenha o fator institucional como elemento preponderante, toda a divulgação correlata, em particular de ações específicas da Prefeitura ou mesmo de apresentação de novos equipamentos públicos, tem como fator coadjuvante a promoção destes atos e a sensibilização da sua importância para os munícipes. Desta forma, é importante salientar que, ao lado do aspecto de cidadania destas atividades de comunicação social, existe um público que precisa ser claramente impactado para que os objetivos das mensagens produzidas sejam alcançados. Aliar os elementos relativos ao impacto necessário às mensagens, sem perder de vista as metas claras definidas nos pedidos de divulgação dos mais diversos setores, é fundamento a ser observado no desenvolvimento de campanhas e deve, sempre, ser aspecto avaliado pelos gestores de comunicação ao aprovar as ações desenvolvidas pelas agências de comunicação prestadoras de serviço ao poder público municipal.

3 – O MUNICÍPIO DE AMARAJI

3.1 – DADOS HISTÓRICOS

AMARAJI, hospitaleira cidade da Zona da Mata Sul do Estado de Pernambuco, tem suas origens ligadas ao ciclo da cana-de-açúcar, atividade ainda hoje com muita relevância na região.

AMARAJI: nome originário da Língua Tupi-Guarani, significa ”rio formado pelas chuvas”, ou ainda: ” Rio das nuvens”, ”Ama-água do céu ou da chuva”, ou ainda ”Raji-abundante”.

3.1.1 - DATAS IMPORTANTES:

- 23 de julho de 1868: Fundação do Povoado de Amaragy, com grafia originária do Tupi-Guarani. Depois, com o passar dos anos, a grafia passou a ser AMARAGI, obedecendo às mudanças oficiais da língua portuguesa, corrigido posteriormente para AMARAJI.
- 1879: Construção da Igreja Matriz com a denominação de SÃO JO´SE DA BOA ESPERANÇA.
- 09 de Novembro de 1889: Elevação à categoria de Vila.
- 24 de Setembro de 1890: Desmembramento do Município de Escada.
- 11 de Outubro de 1890: Instalação do Município. (Emancipação Política)
- 30 de Outubro de 1892: Realização da 1ª Eleição Municipal em AMARAJI, sendo o eleito o Sr. Coronel Francisco da Rocha Pontual, primeiro Prefeito eleito pelo voto direto em nosso Município.
- 22 de Novembro de 1890: os povoados de CORTÊS e PEDRA BRANCA, foram anexados ao Município de Amaraji.
- 14 de Dezembro de 1893: 1ª audiência do FORUM, realizada pelo Juiz de Direito Dr. José Antônio de Melo, para a criação da COMARCA DE AMARAJI.
- Pela lei estadual de Nº 991, de 1º de Junho de 1909, a VILA DE AMARAJI foi elevada a categoria de CIDADE.

3.2 – UM POVO RECEPTIVO

O amarajiense é, por natureza, um povo receptivo que gosta de receber bem os seus visitantes e conterrâneos. Possui uma forte tradição cultural, destacado-se entre os municípios circunvizinhos por estas peculiaridades. A cidade, bem dividida, possui bonitas praças, tradição religiosa e uma natureza exuberante ao seu redor, rica em fontes de águas minerais, com banhos maravilhosos que enchem de prazer e alegria os seus moradores e visitantes.

AMARAJI: ”terra das cachoeiras”, ”princesa dos canaviais”, AMARAJI ”de São José da Boa Esperança”.

3.3 – DADOS E CARACTERÍSTICAS

- Aniversário: 23 de Julho
- Fundação: 1868 (151 anos)
- Gentílico: Amarajiense
- Prefeita: Aline Gouveia (2021-2024)
- Unidade Federativa: Pernambuco
- Mesorregião: Mata Pernambucana
- Microrregião: Mata Meridional Pernambucana

- Municípios Limítrofes:

✓ Norte: Chã Grande
✓ Sul: Ribeirão
✓ Leste: Primavera
✓ Oeste: Cortês e Gravatá

- Distância até a capital: 96km
- Área: 234.780km
- Densidade: 96,26 hab/km^2
- Altitude: 289m
- Clima: Tropical

3.4 - GEOGRAFIA

Amaraji tem uma distância de 96km de Recife pela BR 101, e 110 km pela BR 232. Situada na Zona da Mata Sul, é rodeada de águas por todos os lados. Sua maior fonte de renda ainda é a cana-de-açucar, porém já

desenvolve várias outras culturas. Uma outra cultura forte na região é o chuchu, sendo considerada a maior produtora.
Para se chegar em Amaraji, existem dois caminhos: pela PE 63 são 25 km passando pela Usina União e Indústria até a BR 101; e pela PE 71 com uma distância de 27 km até a BR 232, passando pela cidade de Chã Grande que divide com a cidade de Gravatá. A BR 232 liga Recife ao sertão.

A cidade de Amaraji se localiza a uma latitude 08º22'59" sul e a uma longitude 35º27'09" oeste, estando a uma altitude de 289 metros. Sua população estimada em 2010 era de 21.925 habitantes e possui uma área de 235 km².

O relevo de Amaraji está inserido na unidade dos Tabuleiros Costeiros, que acompanha o litoral de todo o nordeste, apresenta altitude média de 50 a 100 metros. Compreende platôs de origem sedimentar, com entalhamento variável: possui alguns valesestreitos e encostas abruptas e também vales abertos com encostas suaves e fundos com amplas várzeas. Os solos são do tipo Latossolos e Podzólicos nos topos; Podzólicos com Fregipan, Podzólicos Plínticos e Podzóis nas pequenas depressões nos tabuleiros; Podzólicos Concrecionários em áreas dissecadas e encostas e Gleissolos e Solos Aluviais nos vales. A vegetação nativa consiste em Floresta subperenifólia, com partes de Floresta subcaducifólia e transição cerrado/floresta.

A atividade econômica predominante é a agroindústria açucareira. Além da cana-de-açúcar, destacam-se outros produtos como chuchu, abacaxi, mandioca, borracha, banana, batata-doce e laranja.

O Índice de Desenvolvimento Humano Municipal-IDH-M é de 0,617, o que situa o município em 95° no ranking estadual e em 4353° no nacional.

4 - OBJETIVO

O desafio que se coloca para as agências participantes desta licitação é a proposição de um formato para a comunicação regular de uma prefeitura, defendendo, de modo detalhado, as vantagens do modelo proposto. A base desta comunicação deve ser um posicionamento central, desenvolvido pelas licitantes, calcado nas marcas, características e diretrizes da atual gestão municipal.

É indispensável que ao defenderem seu posicionamento, as licitantes demonstrem sua compreensão do problema de comunicação, propondo a conceituação da mensagem principal e de sua síntese corporificada em slogan. Caberá a cada concorrente demonstrar a capacidade de desdobramento e aplicabilidade do formato proposto às diversas necessidades e temas próprios da PREFEITURA MUNICIPAL DE AMARAJI -PE, tomando como base criativa as informações disponibilizadas neste briefing.

Faz parte do desafio apresentar CAMPANHA SIMULADA que inclua desde a criação até o planejamento de mídia para o período de lançamento da campanha proposta, dentro do melhor critério técnico possível e da melhor relação custo/benefício na aplicação dos recursos disponíveis. Desta forma, cada uma das concorrentes deve apresentar roteiros, layouts e textos com base nas informações aqui prestadas, conforme julguem necessários para a melhor visualização e apresentação da campanha.

Para realizar a CAMPANHA SIMULADA, com duração de 45 dias, as participantes devem prever investimentos de uma verba de R$ 80.000,00 (oitenta mil reais) para divulgação, incluindo todos os custos de criação, produção, veiculação e ações promocionais ou de no media que porventura venham a ser propostas pela licitante.

5 - CASO DE COMUNICAÇÃO

O exercício será o desenvolvimento de uma CAMPANHA DE ENFRENTAMENTO DAS ARBOVIROSES EM TEMPOS DE PANDEMIA a partir de uma estratégia sólida, que possa definir uma linguagem única em conceito, e plural ao atender aos diversos segmentos de público-alvo. Deve-se atingir o máximo possível de pessoas da população de interesse da campanha, evitando-se que a comunicação se concentre numa proposta meramente estética é lapidar. É preciso que o conceito criativo esteja repleto de conteúdo e que seja evitada uma linguagem burocrática e inacessível. O discurso deve gerar identidade, empatia e adesão do público prioritário.

5.1 – ARBOVIROSES EM TEMPOS DE COVID-19

O Ministério da Saúde é o órgão responsável pela organização dos planos e das políticas públicas voltadas para a promoção, prevenção e assistência à saúde dos brasileiros. A função do município é elaborar formas para a proteção e recuperação da saúde da população, reduzindo as enfermidades e controlando as doenças.

Mesmo diante do cenário de pandemia de covid-19, as outras doenças, como a dengue, zika e Chikungunya, não deixam de acontecer. A gravidade do cenário causado pela COVID-19 e suas variações é imensa, porém a adoção de condutas para prevenir a ocorrência de epidemias causadas pelo mosquito Aedes aegypti, vetor da dengue, chikungunya e zika, é fundamental.

As arboviroses são doenças preocupantes. As ocorrências frequentes podem levar a casos graves e óbitos. Transmitidas pela picada da fêmea infectada do mosquito Aedes aegypti, o controle do vetor é a ação mais importante para a prevenção e enfrentamento das epidemias. O desafio é conscientizar os cidadãos sobre a importância de limpar frequentemente estruturas onde possam abrigar focos do inseto.

A pandemia está usurpando todas as forças de prevenção e combate ao inimigo covid-19, porém as outras doenças, e os outros inimigos, continuam existindo, atuando e causando estragos e sequelas, em alguns casos irreversíveis. Sendo assim, campanha publicitárias alertando sobre os cuidados necessários, sobre os riscos da disseminação do mosquito e sobre as consequências das doenças associadas ao Aedes precisam ser sistemáticas.

6 – O DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

O desafio que se coloca para as licitantes é desenvolver uma campanha de prevenção contra a dengue, cujo foco deve ser orientar os munícipes sobre a forma correta de prevenir contra o inimigo Aedes aegypti, vetor da dengue, chikungunya e zika.

6.1 - OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO

6.1.1 - A argumentação raiz da campanha deve se basear nos 4 pilares de argumentação:

- Alertar que mesmo diante do cenário de pandemia de covid-19, as outras doenças, como a dengue, zika e Chikungunya, não deixaram de existir;
- Esclarecer como se previne e se combate as arboviroses transmitidas pelo Aedes aegypti;
- Informar como se contrai, como evitá-la e como é o mosquito transmissor;
- Alertar que apenas cuidar de sua residência não significa estar seguro;
- Informar sobre os sintomas da dengue, chikungunya e zika.

7 – DOS SERVIÇOS E DAS ATIVIDADES COMPLEMENTARES

A contratada deverá: prestar os serviços de natureza contínua nos setores de publicidade e propaganda para executar um 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 e veiculação de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de divulgar as ações da Prefeitura.

7.1 - Como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas; à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados; à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias no assessoramento e apoio no desenvolvimento e execução em ações de comunicação.

8 – DO PREÇO E FORMA DE PAGAMENTO

8.1. – Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remuenrada da seguinte forma:

8.1.1 - Desconto de ____% (.....) sobre os custos internos baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco (SINAPRO/PE).

8.1.2 – Honorários de ____% (____por cento) referentes à produção de peças e materiais, incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de serviços realizados por fornecedores, com a efetiva intermediação da CONTRATADA.

8.1.2.1 - Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado por terceiros, nele não incluído o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência de fornecedores.

8.1.3 – Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

8.1.4 - A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco e com os preços correspondentes a serem cobrados da CONTRATANTE, conforme previsto no item 8.1.1.

8.2 - Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse da CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela CONTRATANTE.

8.2.1 - Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, deverão ser apresentados comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos entre outros, a fim de aferir a execução da despesa e assegurar seu pagamento pelo líquido, sem a incidência de honorários.

8.2.2 – A CONTRATADA não fará jús a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela CONTRATANTE, de créditos que a esta tenham sido concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária relativa a este contrato.

9 – DO DESCONTO DE AGÊNCIA

3.1 - A CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o artigo 11 da Lei n.º 4.680/65 regulamentada pelo Decreto n.º 57.690/66.

10 - DOS RECURSOS FINANCEIROS (DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA)

10.1 - Os recursos financeiros, destinados ao pagamento dos serviços objeto deste contrato, são originários do orçamento do Município de Amaraji, conforme a seguir descrito:

Entidade : 01 – PMA
Poder : 02 – Executivo
Unidade: 0203 – Secretaria de Administração
Funcional : 04.121.0002.2011.0000
Atividade: Manutenção das Atividades da Secretaria
Categoria Econômica : 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica

Entidade : 01 – PMA
Poder : 02 – Executivo
Unidade: 0204 – Secretaria de Educação
Funcional : 12.361.0021.2019.0000
Atividade: Manutenção das Atividades da Secretaria de Educação

Categoria Econômica : 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica

Entidade : 02 – FMAS
Poder : 30 – Fundo Municipal
Unidade: 3020 – Fundo Municipal de Assistência Social
Funcional : 08.244.0034.2009.0000
Atividade: Manutenção do Fundo Municipal de Assistência Social
Categoria Econômica : 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica

Entidade : 03 – FMS
Poder : 30 – Fundo Municipal
Unidade: 3030 – Fundo Municipal de Saúde
Funcional : 10.302.0013.2119.0000
Atividade: Manutenção dos Serviços da Saúde
Categoria Econômica : 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica

11 - DO PRAZO E REAJUSTES

11.1 - O período de vigência deste Contrato será de 12 (doze) meses, contados a partir da data de sua assinatura.

11.2 - O presente Contrato poderá ser prorrogado mediante termo aditivo, na forma prevista no art. 57, inciso II, da Lei 8.666/93, a critério do Município de Amaraji, por iguais e sucessivos períodos, limitados a 60 (sessenta) meses.

11.3 - Os serviços contratados poderão sofrer acréscimos ou supressões de até 25% (vinte e cinco por cento) em relação ao seu valor original atualizado, referente à alteração na quantidade de serviços contratados estimados na cláusula segunda deste Contrato, nos expressos termos do § 1º, do Art. 65, da Lei 8.666/93.

12 - DA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS

12.1 - A CONTRATADA executará os serviços previstos no contrato e o fará sob a supervisão e orientação da Assessoria de Comunicação da Prefeitura Municipal, que poderá estabelecer fluxo de trabalho que melhor atenda as necessidades da Administração Municipal, bem como diligenciará para que as produções e veiculações de matérias, imagens, entrevistas não descumpram normas constitucionais e legais, notadamente ao controle da impessoalidade, não promoção pessoal de agentes políticos, servidores públicos e da moralidade administrativa.

12.1.1 - A Assessoria de Comunicação diligenciará junto à Contratada para que os serviços a serem executados, notadamente aqueles que signifiquem a exposição na imprensa de imagens, entrevistas e matérias de pessoas e dos trabalhos desempenhados na Casa, sejam realizados sob o caráter precípuo de prestação de contas, informação institucional, cultural e educativa e da impessoalidade e não promoção pessoal.

12.1.2 - Toda e qualquer execução de serviços por parte da CONTRATADA somente poderá ocorrer após prévia e expressa aprovação do Município de Amaraji– PE.

13 - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

13.1 – Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

13.1.1 – Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

13.1.2 - Utilizar os profissionais indicados para comprovação da capacidade de atendimento, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, admitida sua substituição, desde que previamente aprovada pela CONTRATANTE.

13.1.3 – Fazer cotação prévia de preços para todos os serviços que lhe forem solicitados, devendo apresentar, no mínimo, 03 (três) orçamentos, obtidos sempre que possível, junto a fornecedores cadastrados pela CONTRATANTE.

13.1.4 – Obter a aprovação da CONTRATANTE, por escrito, para assumir despesas de produção, de veiculação ou de qualquer outra relacionada com este contrato.

13.1.5 – Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia de qualquer operação financeira.

13.1.6 – Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e prepostos.

13.1.7 – Assumir com inteira exclusividade, todos os encargos tributários e previdenciários incidentes sobre este contrato.

14 – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

14.1 - Constituem obrigações da CONTRATANTE, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes.

14.1.1 – Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA.

14.1.2 – Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA, todas as informações e elementos necessários à execução dos serviços.

14.1.3 – Divulgar, em cumprimento ao disposto no art. 16 da Lei n.º 12.232/10, todas as informações sobre a execução deste contrato em site aberto na internet, garantindo o livre acesso a quaisquer interessados.

15 – DA FISCALIZAÇÃO

15.1 - O MUNICÍPIO DE AMARAJI designa como Gestor ..... e Fiscal....., para o acompanhamento formal nos aspectos administrativos, procedimentais contábeis, além do acompanhamento e fiscalização dos serviços, devendo registrar em relatório todas as ocorrências e as deficiências, nos termos do art. 67 da Lei Federal n° 8.666/93, consolidada, cuja cópia será encaminhada à CONTRATADA, objetivando a correção das irregularidades apontadas no prazo que for estabelecido.

15.1.1 - O fiscal do contrato será responsável pelo fiel cumprimento das cláusulas contratuais, inclusive as pertinentes aos encargos complementares.

15.2 - As exigências e a atuação da fiscalização pelo MUNICÍPIO em nada restringe a responsabilidade única, integral e exclusiva da Contratada no que concerne à execução do objeto contratado.

Amaraji (PE), xx de xxxxx de 2022.

_____

DEIVIDE DIOGENES ANTONIO DE ANDRADE
SECRETÁRIO DE ADMINISTRAÇÃO

ANEXO II

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 043/2022
CONCORRÊNCIA N.º 002/2022

PROPOSTA DE PREÇOS
(MODELO SUGERIDO)

À
Comissão Permanente de Licitação do Município de Amaraji - PE

A empresa *(razão social da licitante)* _____, sediada à _____ *(endereço completo)*, inscrita no CNPJ sob o n° _____, tendo recebido todos os documentos e informações necessárias para o cumprimento integral das obrigações do objeto da presente licitação, que trata da _____ *(especificar o objeto)*, após cuidadoso exame e estudo do Edital e seus anexos, e estando de acordo com seus termos e com a legislação nele indicada, vimos apresentar a nossa proposta conforme segue.

Declaramos que, na vigência do contrato oriundo do procedimento licitatório em epígrafe, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

a) Desconto de ____% (.....) sobre os custos internos baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco (SINAPRO/PE).

b) Honorários de ____% (.....), relativos e pertinentes a supervisão de produção externa incidente sobre os custos de serviços e suprimentos externos de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais contratados com fornecedores;

- Obrigamo-nos, caso nos seja adjudicado o objeto da licitação em causa, a comparecer na data, horário e local estabelecidos pela Comissão Permanente de Licitação, para proceder à assinatura do Contrato.

Atenciosamente,

(Local e Data).....

.....
(representante legal da empresa)

ANEXO III

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 043/2022
CONCORRÊNCIA N.º 002/2022

MINUTA DO CONTRATO ADMINISTRATIVO Nº xx/2020

O MUNICÍPIO DE AMARAJI, Estado de Pernambuco, com sede à Rua Rocha Pontual, 72 – Centro, inscrito no CNPJ sob nº 11.294.360/0001/60, representado pelo Secretário de Administração, O Sr. DEIVIDE DIOGENES ANTONIO DE ANDRADE, doravante denominado de **CONTRATANTE** e a empresa _____, com sede na cidade de _____, Estado de _____, na Rua _____, n° _____, inscrita no CNPJ sob o nº _____, neste ato representada pelo(a) Sr(a). _____, portador do CPF nº _____, doravante denominada de **CONTRATADA**, resolvem firmar o presente instrumento, em comum acordo e com amparo legal na Lei Federal nº 12.232/10, na Lei Federal nº 8.666/93, com as alterações posteriores; na Lei Federal nº 4.680/65, no Decreto nº 57.690/66 e no Decreto n° 4.563/02; nas Normas-Padrão da Atividade Publicitária tuteladas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão e no Processo Licitatório n° xx/2022, na modalidade Concorrência n° xx/2022, conforme cláusulas e condições a seguir:

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

1.1 - CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA FORNECIMENTO DOS SERVIÇOS PARA O MUNICÍPIO DE AMARAJI.

1.1.1 - A contratada deverá: prestar os serviços de natureza contínua nos setores de publicidade para executar um 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 e veiculação de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de divulgar as ações da Prefeitura.

1.1.2 - Como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas; à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados; à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias no assessoramento e apoio no desenvolvimento e execução em ações de comunicação.

1.2 - A CONTRATADA atuará por conta e ordem da CONTRATANTE em conformidade com o art. 3º da lei nº. 4.680/65 na contratação de:

a) veículos e outros meios de divulgação para compra de tempo e espaço publicitários dos trabalhos previstos;

b) fornecedores de serviços especializados ou não para a produção e a execução técnica das peças, campanhas e materiais, além de serviços conexos e complementares de acordo com o previsto no item 1.1.

CLÁUSULA SEGUNDA - DO PREÇO E FORMA DE PAGAMENTO

2.1. – Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remuenrada da seguinte forma:

2.1.1 - Desconto de ____% (.....) sobre os custos internos baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco (SINAPRO/PE).

2.1.2 – Honorários de ____% (____por cento) referentes à produção de peças e materiais, incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de serviços realizados por fornecedores, com a efetiva intermediação da CONTRATADA.

2.1.2.1 - Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado por terceiros, nele não incluído o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência de fornecedores.

2.1.3 – Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

2.1.4 - A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco e com os preços correspondentes a serem cobrados da CONTRATANTE, conforme previsto no item 2.1.1.

2.2 - Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse da CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela CONTRATANTE.

2.2.1 - Quando houver ressarcimento de despesas corn deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, deverão ser apresentados comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos entre outros, a fim de aferir a execução da despesa e assegurar seu pagamento pelo líquido, sem a incidência de honorários.

2.2.2 – A CONTRATADA não fará jús a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela CONTRATANTE, de créditos que a esta tenham sido concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária relativa a este contrato.

CLÁUSULA TERCEIRA – DESCONTO DE AGÊNCIA

3.1 - A CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o artigo 11 da Lei n.º 4.680/65 regulamentada pelo Decreto n.º 57.690/66.

CLÁUSULA QUARTA - DOS RECURSOS FINANCEIROS (DOTAÇÃO)

4.1 - Os recursos financeiros, destinados ao pagamento dos serviços objeto deste contrato, são originários do orçamento do Município de Amaraji, conforme a seguir descrito:

Entidade : 01 – PMA
Poder : 02 – Executivo
Unidade: 0203 – Secretaria de Administração
Funcional : 04.121.0002.2011.0000
Atividade: Manutenção das Atividades da Secretaria
Categoria Econômica : 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica

Entidade : 01 – PMA
Poder : 02 – Executivo
Unidade: 0204 – Secretaria de Educação
Funcional : 12.361.0021.2019.0000
Atividade: Manutenção das Atividades da Secretaria de Educação
Categoria Econômica : 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica

Entidade : 02 – FMAS
Poder : 30 – Fundo Municipal
Unidade: 3020 – Fundo Municipal de Assistência Social
Funcional : 08.244.0034.2009.0000
Atividade: Manutenção do Fundo Municipal de Assistência Social
Categoria Econômica : 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica

Entidade : 03 – FMS
Poder : 30 – Fundo Municipal
Unidade: 3030 – Fundo Municipal de Saúde
Funcional : 10.302.0013.2119.0000
Atividade: Manutenção dos Serviços da Saúde
Categoria Econômica : 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica

CLÁUSULA QUINTA - DO PRAZO

5.1 - O período de vigência deste Contrato será de 12 (doze) meses, contados a partir da data de sua assinatura.

5.2 - O presente Contrato poderá ser prorrogado mediante termo aditivo, na forma prevista no art. 57, inciso II, da Lei 8.666/93, a critério do Município de Amaraji, por iguais e sucessivos períodos, limitados a 60 (sessenta) meses.

5.3 - Os serviços contratados poderão sofrer acréscimos ou supressões de até 25% (vinte e cinco por cento) em relação ao seu valor original atualizado, referente à alteração na quantidade de serviços contratados estimados na cláusula segunda deste Contrato, nos expressos termos do § 1º, do Art. 65, da Lei 8.666/93.

CLÁUSULA SEXTA - DA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS

6.1 - A CONTRATADA executará os serviços previstos no contrato e o fará sob a supervisão e orientação da Assessoria de Comunicação da Prefeitura Municipal, que poderá estabelecer fluxo de trabalho que melhor atenda as necessidades da Administração Municipal, bem como diligenciará para que as produções e veiculações de matérias, imagens, entrevistas não descumpram normas constitucionais e legais, notadamente ao controle da impessoalidade, não promoção pessoal de agentes políticos, servidores públicos e da moralidade administrativa.

6.1.1 - A Assessoria de Comunicação diligenciará junto à Contratada para que os serviços a serem executados, notadamente aqueles que signifiquem a exposição na imprensa de imagens, entrevistas e matérias de pessoas e dos trabalhos desempenhados na Casa, sejam realizados sob o caráter precípuo de prestação de contas, informação institucional, cultural e educativa e da impessoalidade e não promoção pessoal.

6.1.2- Toda e qualquer execução de serviços por parte da CONTRATADA somente poderá ocorrer após prévia e expressa aprovação do Município de Amaraji– PE.

CLÁUSULA SÉTIMA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

7.1 – Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

7.1.1 – Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

7.1.2 - Utilizar os profissionais indicados para comprovação da capacidade de atendimento, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, admitida sua substituição, desde que previamente aprovada pela CONTRATANTE.

7.1.3 – Fazer cotação prévia de preços para todos os serviços que lhe forem solicitados, devendo apresentar, no mínimo, 03 (três) orçamentos, obtidos sempre que possível, junto a fornecedores cadastrados pela CONTRATANTE.

7.1.4 – Obter a aprovação da CONTRATANTE, por escrito, para assumir despesas de produção, de veiculação ou de qualquer outra relacionada com este contrato.

7.1.5 – Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia de qualquer operação financeira.

7.1.6 – Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e prepostos.

7.1.7 – Assumir com inteira exclusividade, todos os encargos tributários e previdenciários incidentes sobre este contrato.

CLÁUSULA OITAVA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

8.1 - Constituem obrigações da CONTRATANTE, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes.

8.1.1 – Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA.

8.1.2 – Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA, todas as informações e elementos necessários à execução dos serviços.

8.1.3 – Divulgar, em cumprimento ao disposto no art. 16 da Lei n.º 12.232/10, todas as informações sobre a execução deste contrato em site aberto na internet, garantindo o livre acesso a quaisquer interessados.

CLÁUSULA NONA - DAS PENALIDADES

9.1 - Pela inexecução total ou parcial do Contrato estará a CONTRATADA sujeita às seguintes penalidades, podendo, inclusive, ser aplicadas de forma cumulativa:
a) Advertência;
b) Multa:
b.1 - De 0,5% (meio por cento) por dia de atraso, no caso de não cumprimento de qualquer prazo previsto no edital, até o limite de 10% (dez por cento);

b.2 - De 10% (dez por cento) sobre o valor homologado, no caso de descumprimento do Contrato, ressalvado o disposto no item b.1 (um) acima citado;

b.3 – De 10% (Dez por cento) sobre o valor vencedor da licitação, na hipótese de rescisão do instrumento contratual após sua assinatura, decorrente de culpa exclusiva da empresa vencedora da licitação.

c) Suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com o Município de Amaraji pelo período de até 05 (cinco) anos consecutivos;

d) Declaração de inidoneidade.

9.2 - As eventuais multas aplicadas por força do disposto nos subitens precedentes não terão caráter compensatório, mas simplesmente moratório e, portanto, não eximem a CONTRATADA da reparação de possíveis danos, perdas ou prejuízos que os seus atos venham a acarretar, nem impedem a declaração da rescisão do pacto em apreço.

CLÁUSULA DÉCIMA - DA RESCISÃO

10.1 - A inexecução total ou parcial deste Contrato, além de ocasionar a aplicação das penalidades anteriormente enunciadas, ensejará também a sua rescisão, desde que ocorram quaisquer dos motivos enumerados nos incisos I a XI e XVIII do artigo 78 da Lei nº 8.666/93.

10.2 - A rescisão do Contrato poderá se dar sob quaisquer das formas delineadas no art. 79 da Lei nº 8.666/93.

10.3 - Os valores pertinentes às multas aplicadas serão descontados dos créditos a que a CONTRATADA tiver direito, ou cobrados judicialmente.

10.4 - Incorre à **CONTRATADA** as mesmas penalidades previstas no ITEM 10.1 no caso de:
a) Transferência ou cessão de suas obrigações a terceiros, no todo ou em parte , salvo com expressa autorização do CONTRATANTE.
b) Inobservância de normas e de determinações da fiscalização;
c) Cometimento de qualquer infração às normas Federais, Estaduais e Municipais, respondendo ainda, pelas multas aplicadas pelos órgãos competentes em razão da infração cometida;
d) Cometimento de faltas reiteradas na entrega do objeto contratual;
e) Não entregar o objeto contratual, no prazo fixado;
f**)** Recusar-se a entregar, sem justa causa, no todo ou em parte o objeto contratual;
g) Praticar, por ação ou omissão, qualquer ato que, por imprudência, negligência, imperícia, dolo ou má fé, venha a causar dano ao contratante ou a terceiros, independentemente da obrigação da contratada em reparar os danos causados.

10.5 - Constituem motivos para rescisão unilateral do Contrato, independentemente das sanções legais e contratuais aplicáveis:
a) A decretação de falência, a solicitação de recuperação judicial, ou falecimento, no caso de firma individual;
b) A alteração social ou a modificação da finalidade ou a estrutura da **CONTRATADA**, em forma que prejudiquem a execução do Contrato, a juízo do **CONTRATANTE**;

10.6 - A rescisão unilateral do Contrato será formalizada por ato do Prefeito Municipal.

10.7 - Sem prejuízo de quaisquer sanções aplicáveis a critério do **CONTRATANTE**, a rescisão importará em:
a) Retenção dos créditos decorrentes do Contrato;
b) Responsabilidade da **CONTRATADA** por prejuízos causados ao **CONTRATANTE** e/ou a terceiros;

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DISPOSIÇÕES GERAIS

11.1 - Aplicam-se a este Contrato as disposições da Lei nº 8.666/1993, e suas posteriores modificações, que regulamentam as licitações e contratações promovidas pela Administração Pública.

11.2 - A CONTRATADA fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários no objeto do presente instrumento, até 25% (vinte e cinco por cento) do valor do contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - FISCALIZAÇÃO

12.1 - O MUNICÍPIO DE AMARAJI designa como Gestor DEIVIDE DIOGENES ANTONIO DE ANDRADE e Fiscal..... deste Contrato, para o acompanhamento formal nos aspectos administrativos, procedimentais contábeis, além do acompanhamento e fiscalização dos serviços, devendo registrar em relatório todas as ocorrências e as deficiências, nos termos do art. 67 da Lei Federal n° 8.666/93, consolidada, cuja cópia será encaminhada à CONTRATADA, objetivando a correção das irregularidades apontadas no prazo que for estabelecido.

12.1.1 - O fiscal do contrato será responsável pelo fiel cumprimento das cláusulas contratuais, inclusive as pertinentes aos encargos complementares.

12.3 - As exigências e a atuação da fiscalização pelo MUNICÍPIO em nada restringe a responsabilidade única, integral e exclusiva da Contratada no que concerne à execução do objeto contratado.

CLÁUSULA DÉCIMA - FORO

13.1 - Elegem as partes contratantes o Foro da Comarca de Amaraji - PE, para dirimir todas e quaisquer controvérsias oriundas deste Contrato, renunciando expressamente a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E, assim, por estarem justas e contratadas, as partes, por seus representantes legais, assinam o presente Contrato, em 02 (duas) vias de igual teor e forma, para que surta os jurídicos e legais efeitos, perante as testemunhas abaixo assinados.

Amaraji (PE), ... de ..... de 2022.

_____
CONTRATANTE
CNPJ DA CONTRATANTE

_____
CONTRATADA
CNPJ DA CONTRATADA

_____
TESTEMUNHAS
CPF DAS TESTEMUNHAS

ANEXO IV

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 043/2022
CONCORRÊNCIA N.º 002/2022

DECLARAÇÃO SOBRE O USO DE MÃO-DE-OBRA INFANTIL
(MODELO SUGERIDO)

Declaramos, sob as penas da lei, que a empresa _____, CNPJ nº _____, estabelecida no endereço _____, não emprega menores de 18 anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e de que não emprega menores de 16 anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 anos.

Local, _____de_____ de 2022.

_____
Assinatura do Licitante ou do representante legal

ANEXO V

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 043/2022
CONCORRÊNCIA N.º 002/2022

DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE IMPEDIMENTO LEGAL
(MODELO SUGERIDO)

Declaramos, para fins que a empresa _____, inscrita no CNPJ n° _____, estabelecida à Rua _____, nº _____, na cidade de _____, não está impedida de participar de licitações no âmbito da administração pública federal, estadual ou municipal.

Local, _____de_____ de 2022.

_____
Assinatura do Licitante ou do representante legal

ANEXO VI

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 043/2022
CONCORRÊNCIA N.º 002/2022

DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATO SUPERVENIENTE
(MODELO SUGERIDO)

_____(nome da empresa), inscrita no CNPJ nº _____, sediada _____ (endereço completo), declara, sob as penas da lei, que até a presente data inexistem fatos supervenientes para sua habilitação no presente processo licitatório, assim como está ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

Local, _____de_____ de 2022.

_____
Assinatura do Licitante ou do representante legal

ANEXO VII

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 043/2022
CONCORRÊNCIA N.º 002/2022

DECLARAÇÃO SOBRE DIREITOS AUTORAIS
(MODELO SUGERIDO)

_____ (nome da empresa), inscrita no CNPJ nº _____, sediada (endereço completo), declara, sob as penas da lei, que:

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

b) Manterá o compromisso de sempre negociar as melhores condições de preço, para os direitos de imagem de som e de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de utilização e ou possível reutilização em peças publicitárias para a Prefeitura Municipal de Amaraji- PE.

Local, _____de_____ de 2022.

_____
Assinatura do Licitante ou do representante legal