



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 014/2023 – CONCORRÊNCIA Nº 002/2023 – CPLCC**

O **Município do Recife**, através da Comissão Permanente de Licitação de Compras Corporativas, designada pela Portaria nº 1124 de 23 de agosto de 2023, comunica aos interessados a abertura do **Processo Licitatório nº014/2023 – Concorrência nº 002/2023**, de interesse da **Secretaria de Governo e Participação Social**, através do ofício SEGOV/SEAE/GGAFIN nº 12/2023, regido pelas Lei Federal nº12.232/2010, Lei Complementar 123/2006, Lei Municipal 18.004/2014 e subsidiariamente pelas Leis Federais nº 4.680/1965 e nº 8.666/1993, sob a forma de execução indireta, no regime de empreitada por preço unitário e do tipo técnica e preço, para o recebimento dos envelopes de Proposta Técnica e de Preços, a serem entregues às 10:00 (dez) horas, do dia 07 de Novembro de 2023, na sala de reuniões, no 8º andar do Edifício Sede da Prefeitura do Recife, situado no Cais do Apolo, 925, nesta cidade.

Compõem este edital, os seguintes documentos:

ANEXO I – PROJETO BÁSICO

Anexo 1 Briefing

Anexo 2 minuta do contrato

ANEXO II – MINUTA DO CONTRATO

ANEXO III – MODELO DE PROCURAÇÃO

ANEXO IV – MODELO DE DECLARAÇÕES DO LICITANTE

ANEXO V –

DECLARAÇÃO DE ENQUADRAMENTO COMO MICROEMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE

ANEXO VII – MODELO DE DECLARAÇÃO DE PROPOSTA DE PREÇOS E VALORAÇÃO

1. DO OBJETO

O objeto da presente concorrência é a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de caráter institucional de competência da Secretaria de Governo e Participação Social da Prefeitura do Recife.



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

1.1 As **especificações técnicas detalhadas do objeto, os requisitos de apresentação e o critério de julgamento das propostas** constam no Projeto Básico.

2. ESCLARECIMENTOS

2.1. Os pedidos de esclarecimentos referentes ao processo licitatório deverão ser enviados à Comissão de Licitação, até **oito dias úteis** anteriores à data fixada para entrega dos envelopes, exclusivamente por meio eletrônico via internet, no endereço: cplcc.recife@gmail.com

2.3. As respostas serão enviadas aos e-mails dos interessados e publicamente disponibilizadas no Portal de Compras do Município.

3. IMPUGNAÇÕES

3.1 Qualquer pessoa poderá impugnar este edital até 05 (cinco) dias úteis antes da data fixada para abertura da sessão pública.

3.2 As impugnações ao edital deverão ser enviadas em formato digital, tipo de arquivo PDF, exclusivamente por e-mail no endereço: cplcc.recife@gmail.com.

3.3 Caberá ao presidente, auxiliado pelo setor responsável pela elaboração do Projeto Básico e pela aprovação do instrumento convocatório, conforme o caso, providenciar informações sobre as impugnações e enviar o processo para decisão da autoridade competente do órgão ou entidade da administração.

3.4 Acolhida a impugnação contra o ato convocatório, será definida e publicada nova data para realização do certame.

3.5 As impugnações e respectivas respostas serão publicamente disponibilizadas no Portal de Compras.

4 RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS E VALOR ESTIMADO

4.1 As despesas correrão por conta da dotação orçamentária nº 2501.04.131.2.160.2.156, elemento de despesa nº 3.3.90.39 e fonte 500.

4.2 O valor anual estimado para a contratação de R\$ 37.500.000,00 (trinta e sete milhões e quinhentos mil reais), no prazo de vigência de 12 (doze) meses.



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

5 DA PARTICIPAÇÃO

5.1 Somente poderão participar da presente licitação as pessoas jurídicas legalmente estabelecidas no país, que satisfaçam o conceito de Agência de Propaganda, conforme dispõe o artigo 3º da Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965.

5.2 Não poderão concorrer:

5.2.1 consórcios de empresas, qualquer que seja sua forma de constituição, em face da baixa complexidade do objeto desta licitação.

5.2.2 licitantes punidos com declaração de idoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.

5.2.3 licitantes punidos por entidade da Prefeitura do Recife com suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração Municipal.

5.2.4 pessoas físicas de qualquer natureza ou agrupamento de pessoas físicas, salvo quando constituído como empresário individual.

5.2.5 as pessoas enquadradas no artigo 9º da Lei nº 8.666/1993.

5.2.6 sociedade estrangeira não autorizada a funcionar no País.

5.2.7 as pessoas jurídicas que não satisfaçam o conceito de Agência de Propaganda, conforme dispõe o artigo 3º da Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965.

5.2.8 empresa que se encontre em processo de dissolução, recuperação judicial, recuperação extrajudicial, falência, concordata, fusão, cisão, ou incorporação.

5.2.9 sociedades integrantes de um mesmo grupo econômico, assim entendidas aquelas que tenham diretores, sócios ou representantes legais comuns, ou que utilizem recursos materiais, tecnológicos ou humanos em comum, exceto se demonstrado que não agem representando interesse econômico em comum.

5.2.10 sociedade de propósito específico (SPE).

5.3 A fim de verificar se existe restrição do licitante ao direito de participar em licitação ou celebrar contratos com a Administração Pública, será efetuada a Consulta Pública, sem prejuízo de verificação dessa restrição por outros meios:

5.3.1 Cadastro de Fornecedores Penalizados pelo Estado de Pernambuco:

http://efisco.sefaz.pe.gov.br/sfi_fin_gbp/PREmitirFornecedorPenalidade



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

5.3.2 Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas – CEIS, mantido pela Controladoria-Geral da União <http://www.portaltransparencia.gov.br/sancoes/ceis?ordenarPor=nome&direcao=asc>

5.3.3 Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Atos de Improbidade Administrativa, mantido pelo Conselho Nacional de Justiça http://www.cnj.jus.br/improbidade_adm/consultar_processo.php

5.3.4 Lista de Inidôneos, mantida pelo Tribunal de Contas da União – TCU <https://portal.tcu.gov.br/responsabilizacao-publica/licitantes-inidoneos/>

6 DO PROCESSAMENTO E JULGAMENTO

6.1 A licitação será processada e julgada pela Comissão Permanente de Licitação de Compras Corporativas, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.

6.2 Os integrantes da subcomissão técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as propostas técnicas e de preços.

6.3 O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:

- a) identificar os representantes das licitantes;
- b) receber os envelopes nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;
- c) conferir se esses envelopes estão em conformidade com as disposições deste Edital.
- d) rubricar, no fecho, sem abri-los, os envelopes nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Permanente de Licitação de Serviços, e separá-los dos envelopes nº 1 e nº 3;
- e) retirar e rubricar o conteúdo do envelope nº 1;
- f) abrir o envelope nº 3 e rubricar seu conteúdo;
- g) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos que constituem os envelopes de nº 1 e nº 3;
- h) informar que, através de publicação no Diário Oficial do Município, as



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

licitantes serão convocadas para a próxima sessão, quando haverá a divulgação do julgamento das Propostas Técnicas.

- 6.3.1 na sessão de abertura, em caso de grande número de propostas e a fim de agilizar os trabalhos, as empresas participantes poderão eleger o mínimo de dois representantes para examinar e rubricar as documentações.
- 6.3.2 encaminhamento das propostas técnicas à subcomissão técnica para análise e julgamento;
- 6.3.3 a subcomissão técnica procederá análise individualizada e julgamento **do plano de comunicação publicitária**, desclassificando-se as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório;
- 6.3.4 elaboração de ata de julgamento do plano de comunicação publicitária e encaminhamento à comissão de licitação, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;
- 6.3.5 análise individualizada e julgamento dos quesitos referentes aos **quesitos destinados a avaliar a capacidade de atendimento** do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes, desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório;
- 6.3.6 elaboração de ata de julgamento dos quesitos mencionados no item anterior e encaminhamento à comissão de licitação, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;
- 6.3.7 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 (envelope 03);
 - b) cotejo entre as vias identificadas (envelope 02) 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;



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

d) proclamação do resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;

e) publicação do resultado do julgamento da proposta técnica, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome dos licitantes, abrindo-se prazo para interposição de recurso;

6.3.8 abertura dos invólucros com as propostas de preços (envelope 04), em sessão pública, onde:

a) será feita a avaliação e a valorização das propostas de preços, de acordo com critérios objetivos preestabelecidos no instrumento convocatório;

b) a classificação dos proponentes far-se-á de acordo com a média ponderada das valorizações das propostas técnicas e de preço, de acordo com os pesos preestabelecidos no instrumento convocatório.

c) publicação do resultado do julgamento final das propostas, abrindo-se prazo para interposição de recurso;

d) convocação das 04 (quatro) licitantes mais bem classificadas no julgamento final das propostas para apresentação dos documentos de habilitação;

e) recebimento dos documentos de habilitação dos licitantes classificados, em sessão pública, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e no instrumento convocatório;

f) decisão quanto à habilitação ou inabilitação dos licitantes classificados e abertura do prazo para interposição de recurso;

g) reconhecida a habilitação dos licitantes, será homologado o procedimento e adjudicado o objeto licitado para até 04 (quatro) agências.

7.0 DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

7.1 As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação.

7.1.1 A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá 9(nove) integrantes, sendo 3 (três) deles sem nenhum vínculo funcional ou



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

contratual, direto ou indireto, com a administração direta da Prefeitura da Cidade do Recife, todos previamente cadastrados pela Secretaria de Governo e Participação Social.

- 7.1.2 A referida relação dos nomes será publicada pela Comissão Permanente de Licitação de Serviços no Diário Oficial do Município, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.
- 7.1.3 O sorteio será processado pela Comissão Permanente de Licitação de Serviços, de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com administração direta da Prefeitura da Cidade do Recife.
- 7.1.4 A referida relação conterá, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com administração direta da Prefeitura da Cidade do Recife.
- 7.1.5 Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação, mediante apresentação à Comissão Permanente de Licitação de Serviços de justificativa com fundamentos jurídicos plausíveis para a exclusão.
- 7.1.6 Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.
- 7.1.7 A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado.
- 7.1.7.1 Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido.
- 7.1.7.2 Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.
- 7.1.8 A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos envelopes com as Propostas Técnica e de Preços.

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

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

8.0 DO CREDENCIAMENTO DOS REPRESENTANTES DAS EMPRESAS

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

8.1.1 As credenciais devem ser apresentadas em separado dos ENVELOPES nºs 01, 02, 03 e 04 e serão anexadas ao processo. A procuração deverá ser lavrada de acordo com o modelo constante do ANEXO III deste Edital.

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

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

9.0 DAS PROPOSTAS

9.1 As informações suficientes para que os interessados elaborem as propostas estão estabelecidas no Projeto Básico e seu Anexo 1 – Briefing;

9.1.1 A proposta técnica deverá ser composta de um plano de comunicação publicitária, pertinente às informações expressas no briefing, e de quesitos destinados a avaliar a



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes;

9.1.2 O plano de comunicação publicitária deverá ser apresentado em 2 (duas) vias, uma sem a identificação de sua autoria e outra com a identificação;

9.1.3 A proposta de preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário;

9.1.4 O julgamento das propostas técnicas e de preços e o julgamento final do certame serão realizados exclusivamente com base nos critérios especificados no instrumento convocatório;

9.1.5 O formato para apresentação pelos proponentes do plano de comunicação publicitária quanto a seu tamanho, a fontes tipográficas, a espaçamento de parágrafos, a quantidades e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes, devem seguir a formatação estabelecida no Projeto Básico;

9.1.6 Na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação;

9.1.7 Será vedada a aposição, a qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do invólucro da via identificada;

9.1.8 Será vedada a aposição ao invólucro destinado aos quesitos de avaliação da capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes, assim como dos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do plano de comunicação publicitária, em qualquer momento anterior à abertura dos invólucros da via identificada;

9.1.9 Será desclassificado a licitante que descumprir as disposições do instrumento convocatório.

9.1.10 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.



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

9.1.11 O plano de comunicação publicitária encontra-se detalhado no Projeto Básico - Anexo I deste edital.

9.1.12 As propostas de preços serão apresentadas em 1 (um) invólucro e as propostas técnicas em 3 (três) invólucros distintos, destinados um para a via não identificada do plano de comunicação publicitária, um para a via identificada do plano de comunicação publicitária e outro para as demais informações integrantes da proposta técnica.

9.1.12.1 O invólucro destinado à apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária será padronizado e fornecido previamente pela **Secretaria de Governo e Participação Social**, sem nenhum tipo de identificação.

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

9.1.13 Os invólucros com as propostas técnicas e de preços serão entregues à comissão de licitação até o momento imediatamente antes da hora estabelecida para a abertura.

9.1.14 Os invólucros padronizados com a via não identificada do plano de comunicação publicitária só serão recebidos pela comissão de licitação se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.

9.1.15 A comissão 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.

9.1.16 O prazo de validade da proposta é de, no mínimo, **90 (noventa) dias** contados a partir da data marcada para a abertura de propostas e, se houver necessidade, a comissão de licitação poderá solicitar aos licitantes a prorrogação da validade por igual período.

10. DOS ENVELOPES DAS PROPOSTAS

10.1 Os envelopes devem ser dirigidos à Comissão Permanente de Licitação de Compras Corporativas – CPLCC da Prefeitura do Recife da seguinte forma:

10.1.1 **ENVELOPE nº 1 - PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (VIA NÃO IDENTIFICADA):**

- a) Só será aceito o PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA que estiver acondicionado no envelope padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela Secretaria de Governo e Participação Social.
- b) O envelope padronizado deverá ser retirado pela interessada, até 2 dias antes da data da abertura de segunda a sexta-feira, das 9h às 16h na comissão de



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

licitação, localizada no 2º andar do Edifício Sede da Prefeitura do Recife, sala 19, situado no Cais do Apolo, 925, nesta cidade.

- c) O ENVELOPE nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.
- d) Para preservar – até a abertura do ENVELOPE nº 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o ENVELOPE nº 1 não poderá:
- d.1 - ter nenhuma identificação;
 - d.2 - apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
 - d.3 - estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

10.1.2- ENVELOPE nº 2 - PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (VIA IDENTIFICADA):

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

ENVELOPE nº 2 PROPOSTA TÉCNICA: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA

Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência nº 002/2023 CPLCC

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

10.1.2.3 ENVELOPE nº 3

10.1.2.4 - PROPOSTA TÉCNICA - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO:

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

ENVELOPE nº 3

PROPOSTA TÉCNICA: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência nº 002/2023 CPLCC



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

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

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

10.1.2.7 ENVELOPE nº 4 - PROPOSTA DE PREÇOS

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

ENVELOPE nº 4
PROPOSTA DE PREÇO
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência nº 001/2021 CPLCC

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

11. DO BENEFÍCIO ÀS MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE

11.1.1 As microempresas e empresas de pequeno porte deverão apresentar toda a documentação exigida para efeito da regularidade fiscal, mesmo que apresente alguma restrição.

11.1.2 Havendo restrição na regularidade fiscal da microempresa ou empresa de pequeno porte, será assegurado o prazo de 05 (cinco) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado vencedor do certame. Tal prazo poderá ser prorrogado por igual período, a critério da Administração, para regularização, pagamento ou parcelamento do débito e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa.

12. DA HABILITAÇÃO

12.1 Para fins de habilitação neste processo, o licitante que tiver sido classificada deverá a documentação relacionada nos itens a seguir:



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

12.1.1 Habilitação Jurídica

- a) Registro comercial, no caso de empresa individual;
- b) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresárias, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;
- c) Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova de diretoria em exercício;
- d) Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

12.2 Regularidade Fiscal e Trabalhista

- a) Prova de inscrição no cadastro de contribuinte estadual ou municipal, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual.
- b) Prova de regularidade para com a Fazenda Municipal do domicílio ou sede do licitante, considerando-se que:
- c) os licitantes com domicílio ou sede no Município do Recife deverão apresentar Certidão Negativa de Débitos Fiscais, expedida pela Gerência de Arrecadação e Cobrança (GAC) da Secretaria de Finanças da Prefeitura do Recife;
- d) os licitantes com domicílio ou sede localizado em outro Município deverão apresentar a prova de regularidade com a Fazenda Municipal do seu domicílio ou sede, através de Certidão(ões) Negativa(s) englobando todos os tributos (mobiliários e imobiliários);
- e) os licitantes com domicílio ou sede localizado em outro Município, e que também tiverem inscrição como contribuintes do Município do Recife, deverão apresentar a prova da regularidade municipal (na forma da alínea “b”) e a CND emitida pelo GAC/SEFIN na forma da alínea “a” deste subitem.
- f) Prova de regularidade com a Fazenda Estadual do domicílio ou sede do licitante.
- g) Prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), através da apresentação do CRF - Certificado de Regularidade do FGTS expedido pela Caixa Econômica Federal.



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

- h) Prova de regularidade fiscal perante a Fazenda Nacional, inclusive em relação à dívida ativa do Instituto Nacional do Seguro Social – INSS, mediante a apresentação de certidões conjunta da RFB e PGFN, nos termos da legislação em vigor.
- i) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), do Ministério da Fazenda, emitida nos termos da legislação em vigor.
- j) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), expedida gratuita e eletronicamente, para comprovar a inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho.
- k) Nos termos do arts. 205 e 206 do Código Tributário Nacional, será admitida para efeito de comprovação da regularidade fiscal, certidão positiva com efeito de negativa ou outra equivalente na forma da lei.

12.3 Qualificação Econômico-Financeira

12.3.1 **Certidão negativa de concordata, falência ou recuperação judicial ou extrajudicial**, expedida pelo distribuidor da sede do licitante, dentro do prazo de validade expresso na própria certidão, ou, na omissão desta, expedida a menos de 150 (cento e cinquenta) dias, contados da data da sua apresentação.

12.3.2 Ficapermitidaaparticipaçãodeempresasqueestiverememrecuperaçãojudicialcujo planojátenhasidodevidamentehomologadoeapresentemcertidãodopoderjudiciári oindicando sua aptidão para contratar.

12.3.3 **Balanco patrimonial e demonstração do resultado do último exercício social**, exigíveis e apresentáveis, na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, e atendidas às seguintes disposições:

12.3.3.1 O último exercício social é igual ao exercício de **2022**, de acordo com os arts. 1.065 e 1078, do Código Civil e arts. 132 e 133, da Lei Ordinária nº6.404/76.

12.3.3.2 Se houver no exercício exigível movimentação na conta lucros/prejuízos acumulados, que cause impacto no Patrimônio Líquido, poderá ser solicitado em diligência a Demonstração dos Lucros ou Prejuízos Acumulados (DLPA), para comprovação dos valores apresentados na referida conta, sendo essa de elaboração obrigatória como prevê a Lei 6.404/76 em seu artigo 176 e o CPC 26. Ressaltando, que no caso da empresa elaborar a Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido (DMPL), esta substitua DLPA como preceitua o disposto no §2º da respectiva Lei.



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

12.3.3.3 No caso das micro e pequenas empresas que apresentarem as demonstrações contábeis, estas poderão optar pelo Modelo Contábil simplificado para Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, definido pelo Conselho Federal de Contabilidade como prevê a resolução nº 1.418/2012 que aprova a ITG1000.

12.3.3.4 Para fins de validação do último exercício social, poderá ser exigido, em diligência, o balanço do exercício anterior ao exigível.

12.3.3.5 Os balanços e demonstrações contábeis devem vir acompanhados dos termos de abertura e encerramento, devidamente copiados do livro diário, registrado na Junta Comercial do domicílio do licitante, devidamente autenticado por esta, conforme preceituam o Código Civil e a Instrução Normativa nº 82/2021 do Departamento de Registro Empresarial e Integração – DREI.

12.3.3.6 Os balanços e demonstrações contábeis devem vir assinados pelo representante legal da empresa e por contabilista registrado no Conselho Regional de Contabilidade.

12.3.3.7 As Sociedades Anônimas deverão apresentar demonstrações contábeis:

- a) publicadas em jornal, conforme determina a Lei 6.404/76;
- b) elaboradas de acordo com as alterações da Lei 6.404/76, determinadas pela Lei 11.638 de 28/12/2007.

12.3.3.7.1 A exigência constante da letra “b” do subitem anterior aplica-se também às sociedades de grande porte, ainda que não constituídas sob a forma de sociedades por ações.

12.3.3.7.2 Considera-se de grande porte, para fins exclusivos do que estabelecem os subitens 12.3.3.7 e 12.3.3.7.1, a sociedade ou conjunto de sociedades sob controle comum que tiver no exercício social anterior Ativo Total superior a R\$ 240.000.000,00 (duzentos e quarenta milhões de reais) ou receita bruta anual superior a R\$ 300.000.000,00 (trezentos milhões de reais), de acordo com o parágrafo único do art. 3º da Lei nº 11.638/2007.

12.3.3.7.3 As alterações da Lei 6.404/76, determinadas pela Lei nº 11.638/2007 deverão constar do balanço patrimonial e demonstrações contábeis do exercício de 2022.

12.3.3.7.4 As Sociedades submetidas ao Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, conforme previsto no Decreto nº 6.022, de 22 de janeiro de 2007, e que pela legislação



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

pertinente à Receita Federal do Brasil sejam obrigadas à Escrituração Contábil Digital (ECD) deverão apresentar os seguintes documentos emitidos pelo próprio sistema de escrituração digital relativos às demonstrações contábeis já exigíveis nos termos da lei:

- a) Termo de Abertura e Encerramento do Livro Diário;
- b) Balanço Patrimonial;
- c) Demonstração do Resultado do Exercício;
- d) Recibo de Entrega de Escrituração Contábil Digital.

12.3.3.7.5 As sociedade anônimas que publicarem o balanço patrimonial na forma da Lei nº 6.404/76 estão dispensadas, para o efeito deste certame, da apresentação dos documentos emitidos pelo sistema de escrituração digital (SPED), desde que sejam apresentadas as Demonstrações Contábeis, do ano-calendário legalmente exigível publicadas com o respectivo parecer de auditoria que as aprova;

12.3.3.7.6 Serão considerados autenticados os livros contábeis transmitidos pelas empresas ao Sistema Público de Escrituração Digital - SPED, na forma prevista pelo Decreto nº 8.683/2016, cuja autenticação será comprovada pelo recibo de entrega emitido pelo SPED.

12.3.3.8 Comprovação de patrimônio líquido de no mínimo R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais), devendo essa comprovação ser feita com base nas demonstrações contábeis do exercício de 2022.

12.3.4 Cumprimento do disposto no Inciso XXXIII do art. 7º da CF/88.

12.3.4.1 Declaração do licitante afirmando o cumprimento do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal, assinada por representante legal da empresa, conforme modelo em anexo a este edital.

12.3.5 Qualificação Técnica

12.3.5.1 Comprovação de aptidão para desempenho de atividade de serviços de agência de publicidade através de atestado(s), fornecido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, contendo, no mínimo, os seguintes dados:

- a) nome, endereço completo com telefone da empresa emitente e assinatura do responsável;
- b) objeto do contrato (tipo de serviço executado, com quantitativos e prazos);



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

c) afirmação de que a empresa prestou os serviços corretamente, atendendo a todas as condições contratuais.

12.3.5.1.1 A comissão de licitação poderá promover diligência destinada à comprovação dos atestados fornecidos, solicitando apresentação de notas fiscais, contratos ou outros documentos que julgar necessários.

12.3.5.2 Indicação das instalações e do aparelhamento adequados e disponíveis para a realização do objeto da licitação.

12.3.5.3 Indicação do pessoal técnico e da qualificação de cada um dos membros da equipe técnica que se responsabilizará pelos trabalhos.

12.3.5.4 Prova de atendimento de requisitos previstos em lei especial:

12.3.5.4.1 Certificado de qualificação técnica de funcionamento, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

12.4 Outras considerações sobre a habilitação e classificação:

12.4.1 A habilitação dos licitantes será verificada por meio do Sistema de Credenciamento de Fornecedores – SICREF, nos documentos por ele abrangidos, conforme disposto em sua regulamentação específica.

12.4.2 A documentação de habilitação jurídica, fiscal, trabalhista e documentação contábil serão enviadas ao Setor de Cadastro de Fornecedores da Secretaria de Planejamento, Gestão e Transformação Digital.

12.4.3 Em relação à documentação de habilitação, as empresas já inscritas no SICREF que estejam com a sua documentação dentro do prazo de validade, fica dispensada a sua apresentação, sendo suficiente a comprovação através do Certificado de Habilitação de Firma –CHF.

12.4.4 Os documentos exigidos para habilitação que não estejam contemplados no SICREF, inclusive quando houver necessidade de envio de anexos, deverão ser apresentados, na forma e prazo definidos no edital.

12.4.5 O Cadastramento no SICREF:

12.4.5.1 Poderá ser iniciado no Portal de Compras da Prefeitura do Recife, através da *Inscrição On-line dos Fornecedores*, no sítio eletrônico www.recife.pe.gov.br em FORNECEDORES/INSCRIÇÃO/CADASTRO;



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

12.4.5.2 Será efetivado quando do envio dos documentos exigidos para a inscrição no nível de Credenciamento ao Setor de Cadastro de Fornecedores, situado na sala 22, 11º andar do Edifício Sede da Prefeitura do Recife, à Avenida Cais do Apolo, 925, Bairro do Recife, o qual fará a análise para validação do Cadastro.

12.4.6 Os documentos necessários à habilitação do licitante poderão ser apresentados:

- a) Em uma única via, em original;
- b) Por qualquer processo de cópia autenticada por cartório competente, pela comissão de licitação ou por membro da equipe de apoio;
- c) Por publicação em órgão da imprensa oficial.

12.4.7 Fica vedada apresentação através de cópia produzida via fax ou que se encontre ilegível no todo ou em parte.

12.4.8 Os documentos que forem emitidos via Internet terão sua autenticidade verificada nos respectivos sites.

12.4.9 Os documentos que não tiverem prazo de validade estabelecido pelo órgão expedidor somente serão válidos desde que tenham sido expedidos, no máximo, dentro dos **60 (sessenta) dias** anteriores à data fixada para o encerramento do recebimento das propostas, ressalvado o disposto nos subitens 8.1.3.1 e 8.1.4.1 e 8.1.5.1 deste edital.

12.4.10 Será inabilitado o licitante que deixar de apresentar quaisquer documentos exigidos ou apresentá-los em desacordo com as exigências deste Edital, ressalvadas as restrições relativas à regularidade fiscal das micro empresas e empresas de pequeno porte.

13. DO RECURSO

13.1 Cabem recurso, no prazo de **05 (cinco) dias úteis** a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, nos casos de:

- a) habilitação ou inabilitação do licitante;
- b) julgamento das propostas;
- c) anulação ou revogação da licitação;
- d) rescisão do contrato, a que se refere o inciso I do art. 79 da Lei 8.666/1993;
- e) aplicação das penas de advertência, suspensão temporária ou de multa;

13.2 A intimação dos atos referidos nas alíneas "a", "b" e "d", da cláusula 9.1, excluídos os relativos à advertência e multa de mora, será feita mediante publicação no Diário Oficial do Município, salvo para os casos previstos nas alíneas "a" e "b", se presentes os prepostos



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

dos licitantes no ato em que foi adotada a decisão, quando poderá ser feita por comunicação direta aos interessados e lavrada em ata.

13.3 O recurso previsto nas alíneas "a" e "b" da cláusula 9.1 terá efeito suspensivo, podendo a autoridade competente, motivadamente e presentes razões de interesse público, atribuir ao recurso interposto eficácia suspensiva aos demais recursos.

13.4 Interposto, o recurso será comunicado aos demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo de **05 (cinco) dias úteis**.

13.5 O recurso será dirigido à autoridade superior, por intermédio da licitante que praticou o ato recorrido, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de **05 (cinco) dias úteis**, ou, nesse mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de **05 (cinco) dias úteis**, contado do recebimento do recurso, sob pena de responsabilidade.

13.6 No prazo de recurso os autos do processo estarão com vista franqueada ao interessado.

14. DA HOMOLOGAÇÃO E DA ADJUDICAÇÃO

14.1 A autoridade competente da **Secretaria de Planejamento, Gestão e Transformação Digital** efetuará a homologação do processo e fará a adjudicação do objeto ao vencedor.

15. DA FORMALIZAÇÃO DO CONTRATO

15.1 Convocado para assinar o contrato, o fornecedor sediado em outro município deverá providenciar o seu cadastro no CPOM – Cadastro de Prestador de Outro Município, de acordo com o artigo 111-A da Lei Municipal nº 17.904/2013, antes da assinatura do contrato ou da emissão da Nota de Empenho se não houver instrumento contratual.

15.2 Convocado para assinar o contrato, o licitante vencedor deverá comparecer no prazo de **5 (cinco) dias úteis**, a contar da data do recebimento da convocação.

15.3 A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato, dentro do prazo estabelecido pela Administração, caracteriza o descumprimento total da obrigação assumida, sujeitando-o às penalidades estabelecidas na cláusula 14.

16. DAS CONDIÇÕES CONTRATUAIS



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

16.1 As condições contratuais referente pagamento, reajustes, prazos, garantias, execução e recebimento dos serviços, direitos e obrigações das partes, fiscalização, sanções e rescisão constam no **ANEXO I – Projeto Básico** e **ANEXO II – Minuta do Contrato**.

17. DA GARANTIA CONTRATUAL

17.1 As Contratadas, para execução dos serviços objeto desta licitação, prestará no ato da assinatura do contrato, em favor da CONTRATANTE, garantia fixada no percentual de 1% (um por cento) do valor do contrato, nos termos do artigo 56 da Lei nº 8.666/93, podendo a CONTRATADA optar por uma das modalidades de garantia previstas no diploma legal citado.

17.2. Em **se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro**, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente no Banco do Brasil, 001, Ag. 3234-4, C/C 84011-4 a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos da § 4º do art. 56 da Lei nº 8.666/1993.

17.3. Se a opção de garantia for pelo seguro-garantia:

17.1.1.1 seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência do contrato, acrescido de 90(noventa) dias;

17.1.1.2 a apólice deverá indicar a Secretaria de Governo e Participação Social da Prefeitura do Recife como beneficiário;

17.1.1.3 a apólice deverá conter cláusulas de atualização financeira, de imprescritibilidade, de inalienabilidade e de irrevogabilidade.

17.4. Se a opção for pela fiança bancária, esta deverá ter:

17.4.1 prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato, acrescido de 90 (noventa) dias;

17.4.1.1 expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento a Secretaria de Governo e Participação Social da Prefeitura do Recife, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

17.4.1.2 renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro;

17.4.2 cláusulas de atualização financeira, de imprescritibilidade, de inalienabilidade e de irrevogabilidade.

17.5. Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:

17.5.1 ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil;

17.5.2 ser avaliado por seu valor econômico, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.

17.6 Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses da Secretaria de Governo e Participação Social ou ao indiretamente aos entes públicos contratantes.

17.7 Sem prejuízo das sanções previstas na Lei e no Edital, a não prestação da garantia exigida será considerada como recusa injustificada em assinar o contrato.

18 DAS SANÇÕES

18.1 Pela inexecução total ou parcial das obrigações assumidas, o fornecedor, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal, assegurado o contraditório e a ampla defesa, na forma dos artigos 86 e 87 da Lei 8.666/1993, ficará sujeito às seguintes penalidades:

a) Advertência.

b) Multa moratória de:

b.1 - 0,5 % (cinco décimos por cento) ao dia sobre o valor constante da nota de empenho, no caso de atraso injustificado na execução do serviço, limitada a incidência a 30 (trinta) dias. Após o trigésimo dia e a critério da Administração, poderá ocorrer a não aceitação do objeto, de forma a configurar, nessa hipótese, inexecução total da obrigação assumida, sem prejuízo da rescisão unilateral da avença;



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

b.2 - 10,0 % (dez por cento) sobre o valor constante da nota de empenho, no caso de atraso por período superior ao previsto na alínea "b.1", ou de inexecução parcial da obrigação assumida;

c) multa compensatória de:

c.1) 0,5 % (cinco décimos por cento) ao dia sobre o valor constante da nota de empenho, no caso de não substituição do produto que apresentar defeito/vício, no prazo de [informar o prazo] dias úteis, a contar da notificação, limitada a incidência a dez dias. Após o décimo dia e a critério da Administração, poderá ocorrer a não-aceitação do produto, de forma a configurar, nessa hipótese, inexecução parcial da obrigação assumida;

c.2) 10,0 % (dez por cento) sobre o valor total do contrato, em caso de inexecução total do objeto.

d) Impedimento de licitar com o Município e descredenciamento do sistema municipal de cadastramento de fornecedores, pelo prazo de até 5 (cinco) anos, sem prejuízo das demais penalidades cabíveis, na forma do edital e da lei, com fundamento no art. 7º da Lei nº 10.520/2002;

e) Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, na forma do art. 87, IV da Lei nº 8.666/1993, acarretando o cancelamento da inscrição do Certificado de Habilitação de Firms, no Setor de Cadastro de Fornecedores da Secretaria de Planejamento, Gestão e Transformação Digital Município do Recife.

18.1.1 O valor da multa, aplicada após o regular processo administrativo, será descontado de pagamentos eventualmente devidos pelo Município do Recife ao fornecedor ou cobrado judicialmente.

18.1.2 As sanções previstas nas alíneas "a", "d" ou "e" desta cláusula poderão ser aplicadas, cumulativamente ou não, à pena de multa.

18.1.3 As sanções previstas nos itens "d" ou "e" desta cláusula também poderão ser aplicadas ao fornecedor que tenha sofrido condenação definitiva por fraudar recolhimento de tributos, praticar ato ilícito visando frustrar os objetivos da licitação ou demonstrar não possuir idoneidade para contratar com a Administração.

18.2 Ficará impedido de licitar e contratar com o município, e será descredenciado do Cadastro de Fornecedores do Município - SICREF pelo prazo de até 05 (cinco) anos, sem prejuízo das multas previstas neste edital e das demais cominações legais, o licitante que:



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

- a) Convocado dentro do prazo de validade de sua proposta não celebrar o contrato;
- b) Deixar de entregar ou apresentar documentação falsa exigida para o certame;
- c) Ensejar o retardamento da execução de seu objeto;
- d) Não mantiver a proposta;
- e) Falhar ou fraudar na execução do contrato;
- f) Comportar-se de modo inidôneo;

f-1) Considera-se comportamento inidôneo, entre outros, a declaração falsa quanto às condições de participação, quanto ao enquadramento como ME/EPP/ MEI, o cometimento de crime fiscal ou o conluio entre os licitantes, em qualquer momento da licitação, mesmo após a abertura dos envelopes de propostas.

18.3 Com referência à sanção de que trata a alínea “b” do **subitem 18.1**, decorrido o prazo de defesa sem que o fornecedor se pronuncie ou se for considerada procedente a multa, o mesmo será notificado a recolher ao erário municipal o valor devido, no prazo de 03 (três) dias úteis, a contar da notificação pela autoridade competente.

18.4 Uma vez recolhida a multa de que trata o **subitem 18.1**, e na hipótese de vir o fornecedor a lograr êxito em recurso que apresentar, o contratante devolverá a quantia recolhida, no prazo de 05 (cinco) dias úteis.

19. PREVENÇÃO E COMBATE À FRAUDE E CORRUPÇÃO

19.1 Os licitantes autorizam o acesso irrestrito da Administração às contas, registros e demais documentos relacionados à apresentação da proposta e à execução do contrato, nos termos da Lei Municipal nº17.765/12.

19.2 As informações obtidas em conformidade ao disposto no item anterior serão utilizadas apenas para fins de fiscalização acerca da regular execução contratual, vedada sua divulgação para qualquer outro fim.

20 DA REVOGAÇÃO OU ANULAÇÃO DO CERTAME

20.1 Reserva-se ao município do Recife o direito de revogar esta licitação por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta, devendo anulá-la por ilegalidade, de ofício ou por provocação de terceiros, mediante parecer escrito e devidamente fundamentado.



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

20.1.1 No caso de anulação ou revogação do processo licitatório, ficam assegurados aos licitantes o contraditório e a ampla defesa prévios.

21 DISPOSIÇÕES GERAIS

21.1 É facultado à comissão de licitação ou autoridade superior, em qualquer fase da licitação, promover diligências destinadas a esclarecer ou complementar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originariamente da proposta.

21.1.1 A comissão de licitação poderá solicitar, a qualquer tempo, os originais de procurações, documentos de habilitação, documentos que integrem as propostas dos licitantes e quaisquer outros cujas cópias sejam apresentadas durante o processo licitatório.

21.2 A divulgação de informações referentes a esta licitação e os resultados de habilitação, de julgamento das propostas e de recursos interpostos serão publicados na imprensa oficial, no endereço eletrônico www.recife.pe.gov.br.

21.3 Os interessados poderão retirar cópia deste instrumento convocatório pela internet através do endereço eletrônico: www.recife.pe.gov.br/LICITAÇÕES/AVISOS.

Recife, 15 de setembro de 2023.

Etiene Oliveira
Presidente/Pregoeira

Membros:

André Renato Negromonte
Bruna Amaral Romanzeira
Renata de Oliveira da Silva
Rodrigo Augusto Penna



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

TERMO DE REFERÊNCIA

1. PROJETO BÁSICO

- I. *UNIDADE DEMANDANTE:*
Secretaria de Governo e Participação Social
- II. *SETOR RESPONSÁVEL:*
Secretaria de Governo e Participação Social

III. *INTRODUÇÃO:*

A presente etapa deste documento trata do Projeto Básico visando o embasamento para a construção do Termo de Referência da licitação na modalidade Concorrência, do tipo Técnica e Preço, para contratação pela Secretaria de Governo e Participação Social da Prefeitura do Recife de 4 (quatro) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade, compreendendo as atividades previstas no art. 2º, caput e §1º da Lei nº. 12.232/2010 quais sejam:

- a) estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade e propaganda aos veículos e demais meios de divulgação;
- b) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas;
- c) produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados com a agilidade e os prazos exigidos pelas demandas da Secretaria de Governo e Participação Social;
- d) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.
- e) Não estão compreendidas no objeto do presente estudo preliminar quaisquer outras atividades que não as descritas nesta Introdução, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações-públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos.
- f) As agências contratadas não poderão subcontratar outra (s) agência (s) de publicidade para a execução dos serviços previstos no item “a” desta introdução.



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

1.1 JUSTIFICATIVA

- a. O presente documento tem por objetivo estabelecer o conjunto de requisitos para licitação com vistas à contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda para atender demandas de campanhas de PUBLICIDADE INSTITUCIONAL, na modalidade concorrência do tipo TÉCNICA E PREÇO.
- b. A abertura do processo licitatório para contratação de Agências de Publicidade e Propaganda visa atender demandas de comunicação publicitária das ações institucionais da Prefeitura do Recife.
- c. O objeto desta licitação poderá ser adjudicado a 4 (quatro) diferentes empresas com amparo da Lei 12.232/2010, de 29/4/2010: isso porque o § 3º do art. 2º da mencionada lei permite para o objeto deste tipo de licitação, desde que não haja a segregação em itens ou contas publicitárias, mediante justificativa no processo de licitação, o que é feito neste Termo de Referência, visando a melhor prestação de serviço ao executivo municipal e a maior concorrência entre as licitantes vencedoras do certame.
- d. SOBRE A ADJUDICAÇÃO DO OBJETO A MAIS DE UMA AGÊNCIA: Conforme faculta o § 3º do Art. 2º da Lei Federal 12.232/2010, que trata dos processos licitatórios de Publicidade e Propaganda, uma vez que o executivo decida realizar processo para a administração direta sem a segregação em itens ou contas publicitárias, é possível, mediante justificativa, a adjudicação deste objeto a mais de uma agência vencedora.
- e. Uma vez que se recomenda processos seletivos internos embasados em normativa clara, a adjudicação deste objeto a quatro agências garante saudável competitividade entre os pares selecionados que, durante toda a validade do contrato licitado, devem demonstrar aptidão para manter a qualidade de realização das estratégias e construir, sob a consultoria da Secretaria de Governo e Participação Social, plano sólido de comunicação para o melhor atendimento das diversas necessidades de comunicação da Prefeitura do Recife.
- f. As informações aqui descritas formalizam o escopo da licitação para obtenção de propostas para a contratação destes serviços e estabelecem uma referência comum entre as futuras concorrentes e a Secretaria de Governo e Participação Social da Prefeitura do Recife.



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

2. OBJETO

2.1 O objeto da presente concorrência é a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de caráter institucional de competência da Secretaria de Governo e Participação Social da Prefeitura do Recife, conforme discriminação a seguir:

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

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato, em particular as relativas a testes de campanhas e de conteúdos para o desenvolvimento de estratégias de comunicação persuasiva;
- b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, incluindo *placement* em conteúdos de diversos suportes e criação de ações em internet que não incluam desenvolvimento de serviços nos moldes da legislação em vigor.
- c) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pelas agências contratadas.

2.1.1.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na linha 'a' do subitem 2.1.1 terão a finalidade específica de:

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

2.1.1.2. É vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações previstas na alínea "a" do subitem 2.1.1 de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade de caráter INSTITUCIONAL.

2.1.2 O objeto desta concorrência contempla exclusivamente os objetos constantes nos termos da alínea 3 do artigo 3º da Lei Municipal 18.004 de 2014, referentes à Publicidade Institucional.

2.1.3 Os serviços previstos no objeto a ser licitado não abrangem as atividades de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza, projetos de ambientação e decoração, montagem de estandes em feiras e exposições e serviços correlatos, viabilização de cotas de patrocínio para divulgação de projetos social, cultural e esportivo e ações promocionais de incentivo e venda (merchandising clássico) com apoio da PCR, e atividades de desenvolvimento e implantação de serviços para internet.

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



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

comunicação, uma vez que se caracterizam por compra especial de pacotes de mídia e não do patrocínio clássico (suporte a ações festivas, culturais, etc.).

2.1.5 Não se incluem no conceito de Ação Promocional (Merchandising Clássico) as ações de *Merchandising Editorial*, tecnicamente melhor denominadas como *Placement*, por se constituírem em inserção de conteúdo fora do intervalo comercial e espaço tradicional de inserção dos veículos e, portanto, serem constituídas na prática como compra de espaço em mídia. Estas ações tanto podem acontecer dentro de espaços narrativos de programas, como em formato testemunhal ou outros formatos disponíveis de publiteditorial, a depender do meio e programas desenvolvidos pelos mais diversos veículos.

2.1.6 Os serviços de compra de palavras-chave, impulsionamento e outras mídias orgânicas em redes sociais, por se enquadrarem como aspectos relacionados a compra de espaço em meios digitais, nos moldes da legislação em vigor, serão adquiridos de forma simplificada, diretamente ou por seus representantes, com as mesmas características dos demais veículos constantes na Lei 12.232/2010 que regula o assunto e legislações correlatas que regulam a atividade publicitária.

2.1.7 Os serviços abrangem as ações de publicidade Institucional, sobre os assuntos e temas de competência ou interesse do Poder Executivo Municipal com os objetivos previstos em Lei.

2.2 Para a prestação dos serviços de publicidade poderão ser contratadas até 4 (quatro) agências de propaganda doravante denominada agências, licitantes ou contratadas, conforme faculta o § 3º do art. 2º da Lei Federal nº 12.232/2010.

2.2.1 Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei Federal nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

2.2.2 As agências atuarão por ordem e conta da Secretaria de Governo e Participação Social da Prefeitura da Cidade do Recife, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.2.3 As agências não poderão subcontratar outras agências de propaganda para a execução de serviços previstos no tópico 2.

2.2.4 As agências atuarão de acordo com solicitação da Secretaria de Governo e Participação Social da Prefeitura do Recife, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame, e não terão, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos neste certame.

2.2.5 Para a execução das ações, de comunicação publicitária, realizadas conforme prevê o § 3º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010 (tendo havido adjudicação, do objeto licitado a mais de uma agência de propaganda), a Secretaria de Governo e Participação Social da Prefeitura do Recife deverá proceder à SELEÇÃO INTERNA, observando a metodologia prevista em INSTRUÇÃO NORMATIVA DAS AÇÕES DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL Nº 2, DE 13 DE JULHO DE 2021.



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

2.2.6 O produto final decorrente da execução do objeto desta licitação será propriedade da Prefeitura do Recife, sendo, portanto, proibida a sua divulgação por qualquer meio ou sua reprodução total ou parcial sem expressa autorização, ficando o contratado sujeito às penalidades aplicáveis.

2.2.7 Se, em decorrência das regras do edital e da legislação aplicável, não restar possível a contratação de 4 (quatro) agências, a Secretaria de Governo e Participação Social da Prefeitura do Recife contratará a agência vencedora e, a seu exclusivo juízo, decidirá sobre a conveniência e oportunidade de realizar novo certame para a contratação de novas agências.

3. VALOR ESTIMADO

3.1 Este Lote, referente à PUBLICIDADE INSTITUCIONAL, tem valor anual estimado para a contratação de **R\$ 37.500.000,00 (trinta e sete milhões e quinhentos mil reais)**, no prazo de vigência de 12 (doze) meses.

3.2 CONSIDERAÇÕES GERAIS SOBRE O DIMENSIONAMENTO DE CUSTO: O valor adiante definido como valor da campanha simulada, bem como o valor global do contrato, foi dimensionado com base nos contratos correlatos firmados pelo executivo e, sobretudo, ante as necessidades de comunicação da Prefeitura do Recife.

3.3 A Secretaria de Governo e Participação Social destaca que, como instrumento de definição do orçamento anual, foi considerada a demanda de mídia de contratos correlatos, a expansão contínua dos serviços do executivo, analisando as necessidades de divulgação INSTITUCIONAL, de ações mercadológicas, atividades correlatas, conforme exercício desenvolvido no sentido de ponderar questões técnicas, e usando de pequenos ajustes para facilitar este exercício.

3.4 Destacamos que entre as necessidades primárias do trato da verba estão a presença regular em meios de massa eletrônicos, dada a necessidade de comunicar ações para um público residente em área metropolitana de forma expressiva, incluindo televisão aberta e emissoras de rádio, com amplo alcance e baixo custo nominal por milheiro, conforme melhores práticas em planejamento publicitário.



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

4. DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

- 4.1 As despesas correrão por conta da dotação orçamentária nº 2501.04.131.2.160.2.156, elemento de despesa nº 3.3.90.39 e fonte 5 00, consignada no formulário “BLOQUEIO DE SALDO ORÇAMENTÁRIO PARA ABERTURA DE PROCESSO DE LICITAÇÃO”, assinado pelo ordenador de despesas.

5. PRAZO DE VIGÊNCIA DO CONTRATO

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

6. PRAZO PARA ASSINATURA DO CONTRATO

- 6.1. O Contrato deverá ser assinado no prazo de até 05 (cinco) dias úteis, contados da data da convocação da Secretaria de Governo e Participação Social da Prefeitura do Recife, sob pena de decair do direito à contratação, sem prejuízo das penalidades previstas na legislação vigente.

7. GARANTIA CONTRATUAL

- 7.1. As Contratadas, para execução dos serviços objeto desta licitação, prestará no ato da assinatura do contrato, em favor da CONTRATANTE, garantia fixada no percentual de 1% (um por cento) do valor do contrato, nos termos do artigo 56 da Lei nº 8.666/93, podendo a CONTRATADA optar por uma das modalidades de garantia previstas no diploma legal citado.
- 7.2. Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente no Banco do Brasil, 001, Ag. 3234-4, C/C 84011-4 a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos da § 4º do art. 56 da Lei nº 8.666/1993.
- 7.3. **Se a opção de garantia for pelo seguro-garantia:**
- a) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência do contrato, acrescido de 90 (noventa) dias;
 - b) a apólice deverá indicar a Secretaria de Governo e Participação Social da Prefeitura do Recife como beneficiário;
 - c) a apólice deverá conter cláusulas de atualização financeira, de imprescritibilidade, de inalienabilidade e de irrevogabilidade.



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

7.4. Se a opção for pela fiança bancária, esta deverá ter:

- a) prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato, acrescido de 90 (noventa) dias;
- b) expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento a Secretaria de Governo e Participação Social da Prefeitura do Recife, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;
- c) renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro;
- d) cláusulas de atualização financeira, de imprescritibilidade, de inalienabilidade e de irrevogabilidade.

7.5. Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:

- a) ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil;
- b) ser avaliado por seu valor econômico, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.

7.6. Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses da Secretaria de Governo e Participação Social ou ao indiretamente aos entes públicos contratantes.

7.7. Sem prejuízo das sanções previstas na Lei e no Edital, a não prestação da garantia exigida será considerada como recusa injustificada em assinar o contrato.

8. VALIDADE DA PROPOSTA

- 8.1. O prazo de validade da proposta deverá ser de, no mínimo, 90 (noventa) dias consecutivos contados da data da sessão pública estipulada para entrega dos envelopes à Comissão de Licitação.

9. PRAZO E CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

- 9.1. O pagamento dos serviços prestados será efetuado mensalmente no prazo de até 30 (trinta) dias contados da data da apresentação da nota fiscal/fatura dos serviços realizados, devidamente autorizados e atestados pela autoridade competente.

9.1.1 - A nota fiscal apresentada pela agência contratada deverá estar acompanhada das autorizações de serviços, emitidas pela contratante.

- 9.2. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada da seguinte forma:



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

- a) Valor de CUSTOS INTERNOS, baseado na tabela de preços do SINAPRO/PE - Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco, vigente, já abatido o **percentual de desconto** sobre os valores da referida tabela, conforme ofertado em sua proposta de preços;
- b) Honorários (em percentual), conforme constante na proposta, a serem cobrados da Secretaria de Governo e Participação Social da Prefeitura do Recife, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada, referentes à peça e/ou material cuja distribuição não proporcione ao licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

b.1) Honorários de 1% (um por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes:

I - a cachê e a direito de autor e conexos, na sua utilização ou reutilização em peça ou material publicitário, exclusivamente quando a distribuição da peça ou material não proporcionar à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação;

II - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação publicitária, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste;

- 9.3. O faturamento dos serviços subcontratados de produção externa e veiculação deverá ser feito em nome da Prefeitura da Cidade do Recife, devendo o pagamento dos serviços de produção externa ser feito diretamente às empresas subcontratadas.
- 9.4. As contratadas reverterão à Prefeitura do Recife 1/4 (um quarto) do DESCONTO-PADRÃO DE AGÊNCIA a que fizerem jus, calculado sobre o valor de cada veiculação conforme escala das normas padrão da publicidade (CENP).
- 9.5. As Agências vencedoras do certame deverão anexar declaração de que haverá repasse para o Município de Recife sobre o “desconto de agência” pago pelos Veículos de Comunicação às Agências em conformidade com o art. 11 da Lei Federal nº 4.680/1965. Dos 20% (vinte por cento) de desconto de agência a que faz jus, a agência repassará ao Município o máximo permitido no conjunto de normas-padrão sob a forma de desconto no ato de pagamento de cada uma das faturas, o equivalente a 5% (cinco por cento) e permanecerá com 15% (quinze por cento). Este valor obedece ao limite estabelecido no Anexo B das Normas-Padrão da Atividade Publicitária.
- 9.6. Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pelas CONTRATADAS.
- 9.7. As CONTRATADAS se comprometem a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do **SINAPRO/PE - Sindicato das Agências de Propaganda de Pernambuco**, vigente, e com os preços correspondentes a serem cobrados do CONTRATANTE, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele.



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

- 9.8. Os honorários de que tratam os subitens 9.2, “b”, serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência das CONTRATADAS.
- 9.9. As CONTRATADAS não farão jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços prestados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.
- 9.10. Despesas com deslocamento de profissionais das CONTRATADAS, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse do CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pelas CONTRATADAS, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pelo CONTRATANTE.
- 9.11. Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais das CONTRATADAS, 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.
- 9.12. As CONTRATADAS não farão jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pelo CONTRATANTE, de créditos que a este tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente ao contrato.
- 9.13. As formas de remuneração poderão ser renegociadas, no interesse do CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação do contrato.
- 9.14. O desconto-padrão de agência é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta do CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010.
- 9.15. Na execução do contrato, a CONTRATANTE poderá negociar com as CONTRATADAS a obtenção de percentual de reversão superior aos percentuais inicialmente fixados em contrato, com vistas a obter condições mais vantajosas para o Município.
- 9.16. *Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual sobre o cachê original a ser pago pelo CONTRATANTE a atores, modelos e locutores, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.*
- 9.17. *Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual sobre o valor dos direitos autorais de obras consagradas incorporadas a peças a ser pago pelo CONTRATANTE aos detentores desses direitos será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.*



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

10 PRAZO E CONDIÇÕES DE ENTREGA / EXECUÇÃO DO OBJETO

- 10.1 O prazo para início da execução do objeto desta licitação será imediatamente após a assinatura do contrato.
- 10.2 No prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, a contratada deverá comprovar que possui, na Região Metropolitana do Recife estrutura de atendimento compatível com o volume e características dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais:
- a) 2 (dois) na área de atendimento – sendo um exclusivo para atendimento à Prefeitura do Recife;
 - b) 1 (um) na área de planejamento;
 - c) 2 (dois) na área de criação;
 - d) 2 (dois) nas áreas de produção impressa, eletrônica e de design/computação gráfica;
 - e) 2 (dois) na área de mídia;
 - f) 1 (um) na área de comunicação digital;
- 10.3 Os serviços, conforme venham a ser solicitados pela Prefeitura do Recife, deverão ser executados e entregues dentro do prazo estabelecido pela Secretaria de Governo e Participação Social da Prefeitura do Recife.
- 10.4 Todos serviços a serem prestados pelas Contratadas deverão ser precedidos da apresentação do competente projeto de apropriação de custos, o qual, após aprovação da Secretaria de Governo e Participação Social da Prefeitura do Recife, gerará a expedição de Ordem de Execução de Serviços (AUTORIZAÇÃO DE PRODUÇÃO/VEICULAÇÃO), conforme modelo aprovado pela Secretaria, onde constarão as especificações dos serviços, os preços (planilhas de custos/orçamento) e os prazos de execução, devendo o valor de cada um dos serviços ser orçado em função dos custos respectivos, obedecendo-se, rigorosamente, à sua compatibilidade com os preços de mercado, sob pena de responsabilidade civil.
- 10.5 Todos os serviços realizados serão documentados através da apresentação dos respectivos comprovantes de produção/veiculação e das notas fiscais/faturas e duplicatas emitidas pelos fornecedores.
- 10.6 Os serviços serão executados pelas Contratadas com o fornecimento de toda mão de obra, materiais, equipamentos e demais despesas necessárias à execução do objeto, sendo permitida a subcontratação parcial dos serviços necessários ao cumprimento do objeto licitado, desde que previamente submetida à anuência da Secretaria de Governo e Participação Social da Prefeitura do Recife, ficando as Contratadas responsáveis pela integral execução da subcontratação, arcando integralmente com os encargos de qualquer natureza delas decorrentes.
- 10.6.1 A Contratada se compromete a contratar pesquisas de hábitos de mídia para nortear os trabalhos desenvolvidos para a Prefeitura do Recife, em empresas credenciadas de serviços de informação de mídia, em conformidade com as normas padrão do mercado publicitário.



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

10.7 Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pela contratante poderão fornecer às contratadas bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do § 1º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010.

10.7.1 O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no subitem anterior exigirá sempre a apresentação pelas contratadas ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

10.7.2 No caso do subitem anterior, as contratadas procederão à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

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

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

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

10.9 A agência contratada deverá, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.

10.10 Os originais dos materiais desenvolvidos para a execução dos serviços, inclusive fotos, ficarão sob a guarda das Contratadas, mas disponíveis a qualquer tempo para Secretaria de Governo e Participação Social da Prefeitura do Recife, que poderá a seu critério, requisitar cópias dos originais para comprovação da prestação dos serviços e arquivo próprio, vedada a transferência a agentes de qualquer espécie ou uso.

11. REQUISITOS PARA HABILITAÇÃO E PARTICIPAÇÃO DO CERTAME

11.1. Habilitação jurídica, qualificação técnica, qualificação econômico-financeira, regularidade fiscal, declaração de que não emprega menor, conforme dispuser o edital de licitação.

11.2. Comprovação de Patrimônio Líquido mínimo de R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais).

11.3. Para qualificação técnica serão exigidos atestados de capacidade técnica, relação de aparelhamento técnico e relação de pessoal, bem como cópia autenticada do certificado de qualificação técnica de funcionamento, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), de que trata § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232 de 29/04/2010.

11.4. Não poderá participar desta concorrência:

11.4.1. Sociedade de Propósito Específico (SPE);



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

- 11.4.2. Empresas reunidas em consórcio, ou agrupamento de pessoas físicas ou jurídicas qualquer que seja sua forma de constituição.
- 11.5. As licitantes assumem todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas e Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, ressalvado que a Secretaria de Governo e Participação Social da Prefeitura do Recife não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

12. REQUISITOS DA PROPOSTA TÉCNICA

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

<i>Envelopes</i>		<i>Quesitos</i>	<i>Subquesitos</i>
Envelope 1 (Via 1 - não identificada)	Envelope 2 (Via 2 - identificada)	I. Plano de Comunicação Publicitária	a) Ideia Criativa
			b) Estratégia de Comunicação Publicitária
			c) Raciocínio Básico
			d) Estratégia de Mídia e Não Mídia
Envelope 3		II. Capacidade de Atendimento	
		III. Repertório	
		IV. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

- 12.2. A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.
- 12.2.1. NATUREZA DA CAMPANHA SIMULADA: Constitui objeto do presente Certame Termo de Referência, um projeto de CAMPANHA SIMULADA para a Contratação de serviços de publicidade e propaganda, planejamento de comunicação e marketing a serem prestados por agência de publicidade e propaganda, para atender demandas da Prefeitura do Recife, observados os seguintes princípios gerais:
- I. O produto final decorrente da execução do exercício desta licitação será propriedade da Prefeitura do Recife, não



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

sendo passível de remuneração de nenhuma ordem por parte da CONTRATANTE às candidatas não classificadas.

- II. Mesmo realizada sob uma perspectiva simulada, com objetivo de avaliar o trabalho integrado desenvolvido pelas empresas concorrentes, todos os dados presentes neste briefing são baseados na realidade da Contratante e de seus públicos, devendo as concorrentes tomar dados e elementos reais para desenvolver seus pressupostos e propostas.
- III. O valor adiante definido como valor da campanha simulada, bem como o valor global do contrato, foi dimensionado ante as normativas aprovadas na Lei Orçamentária do Município, os contratos anteriormente firmados pela PCR e, sobretudo, ante as necessidades de comunicação do executivo municipal.
- IV. O trabalho realizado pelas concorrentes, quando da sua contratação, deve ser fundamentado na lógica de integração das ferramentas de comunicação, onde cada meio tem um poder específico de impactar a população e onde os canais de divulgação devem interagir de forma sinérgica, empoderando os investimentos e maximizando os resultados esperados para as Campanhas Institucionais desenvolvidas.

a.) Uma vez que os valores a serem pagos aos veículos, conforme Legislação em vigor, devem seguir expressamente as tabelas registradas no Conselho Executivo de Normas-Padrão - CENP, as definições quantitativas e qualitativas das atividades de planejamento e análise de mídia são preponderantes nos resultados das campanhas.

b.) A escolha de propostas tecnicamente menos onerosas, mas sem a devida compreensão dos efeitos da campanha e do melhor uso das ponderações técnicas, gerariam, necessariamente, prejuízos ao erário público, pelo não atingimento das metas necessárias à comunicação. Portanto este elemento deve ser ponderado na avaliação das candidatas.

QUESITOS

I – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

12.3. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser constituído por caderno específico composto dos subquestos RACIOCÍNIO BÁSICO, ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, IDEIA CRIATIVA e ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA, elaborado com base no *Briefing* – Anexo I deste Termo de Referência e nas orientações do Edital, observadas as seguintes disposições:

a) Formatação realizada conforme subitem 12.4.1;

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

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

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

b.1.2) o invólucro destinado à apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária será padronizado e fornecido pela Secretaria de Governo e Participação Social da Prefeitura do Recife;



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

b.1.3) o invólucro destinado à apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária padronizado poderá ser retirado até 2 dias antes da data marcada para abertura do certame, na Comissão Permanente de Licitação de Compras Corporativas - CPLCC da Prefeitura do Recife, localizada na Sede da Prefeitura na Av. Cais do Apolo, nº 925, CEP: 50030-903, 2º andar, de Segunda a Sexta-Feira, exceto feriados, no horário das 8h às 12h e das 14h às 17h. Contato pelos telefones: 81.3355-9248.

b.1.4) O invólucro padronizado com a via não identificada do plano de comunicação publicitária só será recebido pela comissão permanente de licitação se não apresentar marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante;

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

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

12.3.1. Subquestos

12.3.1.1 **Raciocínio Básico:** composto de um texto, em que o licitante demonstrará sua compreensão sobre as ações de comunicação publicitária a cargo da Secretaria de Governo e Participação Social da Prefeitura do Recife, o contexto do Município e sua população (dados sociodemográficos), o desafio de comunicação e os objetivos, geral e específicos, de comunicação expressos no Briefing.

- a) diagnóstico e interpretação dos desafios e problemas de comunicação do briefing introduzindo o trabalho da candidata;
- b) considerações de público-alvo da Secretaria de Governo e Participação Social da Prefeitura do Recife e da campanha em específico tratada no *briefing*;
- c) premissas básicas para o desenvolvimento da estratégia de comunicação institucional da Prefeitura do Recife, levando em consideração elementos demográficos do município.

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

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

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

- a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, facultada a adição de comentários sobre a



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

- construção criativa de cada peça e ou material, podendo ser em texto corrido ou tópicos, a critério dos licitantes;
- b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária;
- c) os comentários mencionados na alínea 'a' do subitem 12.3.1.3 estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material e a seu detalhamento no caso das peças não corporificadas que eventualmente irão compor a campanha;
- d) os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea 'b' do subitem 12.3.1.3 estão limitados a **5 (cinco)**, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material, podendo ser apresentados sob qualquer forma impressa – desde roteiro, *layout* e ou *storyboard* impressos, para qualquer meio; descritivos e gráficos impressos para protótipo; detalhamento impresso de roteiros para realização de peças destinadas a rádio e internet;
- I. Todos os exemplos devem ser apresentados **em substrato papel**, conforme demais normativas do certame. Não serão aceitas peças em outros suportes sob pena de desclassificação da concorrente.
- II. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado na forma 'exemplificada', a relação prevista na alínea 'a' do subitem 12.3.1.3 deverá ser elaborada em dois blocos (de texto ou de tópicos, conforme escolha da licitante): um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante que não será exemplificado.
- III. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, **sem suporte e/ou passe-partout**. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 podem ser dobradas.
- IV. Cada peça e ou material impresso deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, roteiro de filme de TV, roteiro de spot para rádio, anúncio em revista, *frames* de banner para internet, etc.) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 12.3.1.3.
- V. A escolha das peças exemplo deve facilitar a visibilidade do todo da campanha, permitindo avaliar elementos dos desdobramentos criativos propostos pela concorrente, inclusive, nas peças não tangibilizadas que eventualmente integrem as campanhas propostas.



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

e) Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas ‘exemplificadas’, até o limite de que trata a alínea ‘a’ do subitem 12.3.1.3, devem ser observadas as seguintes regras:

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

12.3.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia constituída de:

- a) Texto de apresentação em que a licitante 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 referencial indicada no Briefing anexo a este edital, sob a forma de textos, métricas, tabelas, gráficos e planilhas;
- b) Texto diagnóstico sobre os públicos da campanha contemplados, seu consumo de mídia e perfis embasados em pesquisas e dados fiáveis, servindo de apoio aos argumentos oferecidos, o que inclui gráficos e tabelas referentes a estes conteúdos;
- c) Texto com considerações detalhadas sobre as táticas de mídia propostas e números relativos ao alcance do plano proposto, permitindo a inclusão de tabelas e informações sobre as estratégias de *flight* propostas, podendo ser seguido;
- d) Simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material destinados a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, métricas, tabelas, gráficos e planilhas.
 - I. Todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na alínea ‘a’ do subitem 12.3.1.3 deverão constar dessa simulação, com seus respectivos períodos de distribuição das peças e ou material e quantidades de inserção destes materiais;
- e) Resumo geral com informações sobre, ao menos:
 8. Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
 9. Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
 10. Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia com as respectivas quantidades a serem produzidas;
 11. Demais valores (absolutos e percentuais) que incluam o orçamento do exercício, inclusive custos de pesquisas adicionais e eventuais reservas técnicas designadas.



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

- f) Quanto aos valores desta simulação, devem ser observados:
- I. Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser considerados como os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
 - II. Deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

12.4. Formatação do Plano de Comunicação Publicitária

12.4.1 O caderno específico que compõe o Plano de Comunicação Publicitária deverá observar a seguinte formatação:

- a) Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda;
- b) Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², ambas em branco. Não deverão ser usadas sobrecapas em plástico ou qualquer outro material;
- c) Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato;
- d) Espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- e) Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) Espaçamento “simples” entre linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- g) Alinhamento justificado do texto.
- h) Texto e numeração de páginas em fonte “arial”, cor “automático”, tamanho “12 Pontos”;
- i) Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da folha.
- j) Não serão permitidas notas de rodapé no corpo do texto a nenhum título, exceto como adjuvante dos gráficos e tabelas, nos itens em que são expressamente permitidos.

12.4.1.2. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças e ou material prevista no subitem de Ideia Criativa estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas nesse limite a capa e contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquesitos, não devendo o raciocínio básico ultrapassar o limite individual de 3 (três) páginas.

12.4.1.3. Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e Não Mídia não tem limitação quanto ao número de páginas.

12.4.1.4. Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesito Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente (soltas) do caderno de que trata o subitem 12.4.1 alínea a.

12.4.1.5 As tabelas e gráficos integrantes dos subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão:

- a) Ser editados em cores;
- b) Ter seu conteúdo editado com a fonte “arial”, em tamanho compatível com as informações expressas;



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

- c) Ser apresentado em papel A3 dobrado, que será considerado 02 (duas) duas páginas para efeito do subitem 12.4.1.2

12.4.1.6 As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e não Mídia poderão:

- a) Ser editados em cores;
- b) Ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos, não sendo exigida formatação de margem específica;
- c) Ser apresentados em papel A3 dobrado de forma a adequar seu formato ao caderno em que estão inseridos.

II – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

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

- a) Listagem com os principais clientes da atual carteira, considerando um limite de até oito clientes, com a especificação do início de atendimento a cada um deles, excetuando-se sempre a atual CONTRATANTE caso esteja presente nesta condição;
- b) Quantificação e qualificação dos profissionais que serão postos à disposição da linha de atuação, de maneira discriminada, por setor da licitante (estudo, planejamento, criação, produção de rádio, cinema e televisão, produção gráfica, mídia e atendimento), devendo o licitante indicar, caso a caso, quantos profissionais de cada nível servirão à linha de atuação e, preferencialmente, o regime de dedicação;

I - a qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação, instituição de formação e a experiência dos profissionais e sua dedicação a conta (eventual, permanente ou exclusiva);

II - os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia do CONTRATANTE, sendo exigido profissional de atendimento dedicado a conta com capacidade para realizar reuniões no município sempre que necessário.

- c) Sistemática de atendimento, com clara indicação das obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento do licitante, incluindo prazos a serem observados desde o momento da solicitação dos serviços até sua criação, produção e veiculação, fluxos de trabalho, políticas afirmativas, de equidade e prazos exigidos para alterações em peças já desenvolvidas, preferencialmente com mínimos e máximos.
- d) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato;
- e) A discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do CONTRATANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

III – REPERTÓRIO

12.6 O repertório é composto por um conjunto de trabalhos produzidos e veiculados pelo licitante, na seguinte forma:

- a) Um DVD contendo até 03 (três) comerciais para televisão;
- b) Um CD contendo até 03 (três) spots e/ou jingles para rádio;
- c) Um conjunto de até 03 (três) anúncios destinados à mídia impressa e/ou OOH

12.6.1 Cada trabalho apresentado no REPERTÓRIO deverá, obrigatoriamente, conter título, data ou período de veiculação, indicação das praças que o exibiram, ficha técnica, texto resumo com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente.

12.6.2 Serão considerados trabalhos veiculados preferencialmente registrados a partir de 01 de janeiro de 2019

12.6.3 Serão vedados os trabalhos que tiverem qualquer referência direta ou indireta da Prefeitura do Recife.

12.6.4 Com exceção daquele(s) apresentado(s) pela agência vencedora desta Licitação, as segundas vias dos demais repertórios serão devolvidas aos Licitantes no prazo de 30 (trinta) dias contados da data da publicação do resultado final da licitação no Diário Oficial do Município e Jornal de Grande Circulação, conforme solicitação do licitante.

IV – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

12.7 A licitante deverá apresentar, 2 (dois) relatos de soluções de problemas de comunicação, cada um com no máximo três páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

12.8 As propostas de que trata o subitem anterior devem ter recebido a autorização para sua produção ou ter sido veiculada preferencialmente a partir de 1º de janeiro de 2019.

12.9 Os relatos deverão estar devidamente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Prefeitura da Cidade do Recife seja ou tenha sido signatária.

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

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

12.10 Para cada relato, é permitida a inclusão de até 3 (três) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

I – as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD, ou memória tipo flash (pen drive) executáveis no sistema operacional Windows;

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

III – Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com os dados técnicos de produção e/ou veiculação e indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

12.11 É de inteira responsabilidade da Licitante o mal funcionamento de qualquer substrato digital apresentado como anexo e suas consequências avaliativas.

13 - REQUISITOS DA PROPOSTA DE PREÇOS

13.1 A proposta deverá ser apresentada, preferencialmente, em 02 (duas) vias, devendo ser redigida no idioma português, sem rasuras, emendas ou entrelinhas, digitada em papel timbrado, datada e assinada por representante legal do licitante, na última folha, e rubricada nas demais.

13.2 A Proposta de Preço deverá conter:

13.2.1 Itens sujeitos a valoração, contendo as informações constantes no Modelo de Proposta - anexo ao edital, indicando os percentuais em algarismos e por extenso, com os seguintes dados:

a) Percentual de desconto a ser concedido à Prefeitura do Recife, sobre os CUSTOS INTERNOS, baseado na tabela de preços do SINAPRO/PE - Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco;

b) Honorários (em percentual) de até 4,5% (quatro e meio por cento), a serem cobrados da Prefeitura do Recife, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada, referentes à peça e/ou material cuja distribuição não proporcione ao licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

b.1) honorários de 1% (um por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes:

I - a cachê e a direito de autor e conexos, na sua utilização ou reutilização em peça ou material publicitário, exclusivamente quando a distribuição da peça ou material não proporcionar à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação;

II - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação publicitária, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste;



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

III - à reimpressão ou reedição de serviços gráficos.

13.2.2 – Declaração do licitante de que reverterá à Prefeitura da Cidade do Recife 1/4 (um quarto) do DESCONTO-PADRÃO DE AGÊNCIA a que fizer jus, calculado sobre o valor de cada veiculação, conforme descrito no item 9.5.

13.2.3 – Declaração da licitante:

a) comprometendo-se a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo a Secretaria de Governo e Participação Social da Prefeitura do Recife as vantagens obtidas;

b) informando estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas no tópico 17 - DIREITOS AUTORAIS do Termo de Referência.

c) Que o preço proposto será 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.

d) Comprometendo-se a repassar à Prefeitura do Recife todas as vantagens (pecuniárias ou não) obtidas nas negociações de preço com os veículos de comunicação e demais fornecedores e prestadores de serviços.

e) Afirmando que, nos preços propostos, estão inclusas todas as despesas com materiais, mão de obra e respectivos encargos sociais, tributários, seguros, transportes e demais despesas necessárias à execução dos serviços objeto desta licitação, inclusive cessão de direitos autorais. Na ausência dessa declaração, serão consideradas inclusas todas as despesas mencionadas neste subitem.

f) do compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes, inclusos nesses orçamentos.

13.3 Os trabalhos desenvolvidos internamente pela Agência serão remunerados de acordo com os valores constantes da Tabela de Custos Internos do SINAPRO/PE - Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco, vigente no fato gerador, aplicando-se o desconto oferecido na proposta do licitante.

13.4 Conforme já explicitado anteriormente, não serão aceitos percentuais de honorários superior a 4,5% (quatro e meio por cento).

14 - PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

Para efeito de avaliação do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, a licitante deverá apresentar uma campanha simulada, sobre o tema hipotético “**AÇÃO INVERNO 2024. Juntos cuidamos da nossa cidade.**”, com verba de R\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais) e duração de 60 (sessenta) dias, conforme *Briefing* – Anexo I deste Termo de Referência.

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

14.2 Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como elementos de julgamento técnico, os seguintes atributos



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

da Proposta, em cada quesito ou subquesito:

14.2.1 PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA:

14.2.1.1 Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:

- a) Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- b) Do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pela comunicação de institucional da Prefeitura do Recife, conforme o Briefing em anexo.
- c) Das necessidades de comunicação da Prefeitura do Recife para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s), conforme o Briefing em anexo.
- d) Das definições presentes em briefing e objetivos dela relacionados e propostos pela concorrente de forma geral;

14.2.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária - será observado

- e) A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Prefeitura do Recife e a seu (s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme o Briefing em anexo.
- f) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- g) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Prefeitura do Recife com seus públicos;
- h) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação da Prefeitura do Recife conforme o Briefing em anexo.
- i) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- j) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a Prefeitura do Recife, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível conforme o Briefing em anexo.
- k) a composição de pontos de contato com os diversos públicos constantes em briefing e sua tangibilidade em estratégia pertinente ao desafio proposto;
- l) as referências estratégicas capazes de alimentar os pontos fundamentais do plano de comunicação com destaque para as questões de público, forma, temporalidade e meios utilizados.



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

14.2.1.2 **Ideia Criativa:** serão observadas nas propostas das concorrentes:

- a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação da Prefeitura do Recife, conforme o Briefing em anexo.
- b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante e percepção da abrangência de seu discurso na promoção dos aspectos institucionais do briefing;
- c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- g) sua pertinência às atividades da Prefeitura do Recife e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;
- i) a exequibilidade das peças e ou do material;
- j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.
- k) o manejo e adequação da linguagem e composição imagética, demonstrada em sua unidade criativa e qualidade técnica e exemplos apresentados.

14.2.1.3 Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos, tanto demográfica quanto psicográficos, bem como uso de fontes fiáveis.
- c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;
- d) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura do Recife;
- e) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material e dimensões de eficácia;
- f) A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.
- g) A existência de descritivos claros, em valores percentuais e absolutos, capazes de resumir a proposta apresentada.

14.2.2 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

- a) o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

Prefeitura da Cidade do Recife;

- d) a adequação das instalações, da infraestrutura física e de tecnologia da informação e dos recursos materiais que estarão à disposição na execução do contrato;
- e) a operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura da Cidade do Recife e a licitante, esquematizado na proposta, incluindo sistematização de reuniões e prazos de realização e alteração de peças, além das demais questões que explicitam o funcionamento de políticas de pessoal e fluxo deste relacionamento;
- f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Prefeitura da Cidade do Recife, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.
- g) a existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta de comunicação institucional da Prefeitura do Recife, bem como a definição técnica dos profissionais à disposição nesta condição, questões identitárias e sua consonância com as exigências presentes neste edital.

14.2.3 REPERTÓRIO

- a) a ideia criativa e sua adequação e pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver e ao segmento de atuação Institucional da Prefeitura do Recife;
- b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material, evidenciada pelas dimensões técnicas de produção de cada um dos meios onde estas peças foram inseridas;
- c) a clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;
- d) a exequibilidade das soluções diante das verbas propostas, pela facilidade de implantação e sua relação particular com o impacto desejável junto aos públicos para as quais foram desenvolvidas;
- e) a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação da Prefeitura do Recife;

14.2.4 RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

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

14.3. A nota da Proposta Técnica será apurada segundo a metodologia proposta neste edital, onde a nota máxima possível será igual a **100 (cem) pontos**.

14.4. Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos, atingindo o concorrente uma pontuação de, no máximo, 100 (cem) pontos:



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

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

<i>a)</i>	Clareza e embasamento no conhecimento das características gerais da comunicação institucional da Prefeitura Municipal do Recife e conhecimento genérico dos serviços prestados pela Prefeitura Municipal do Recife em todas as áreas contempladas pelo edital.	2,0 (dois) pontos
<i>c)</i>	Adequada compreensão dos elementos do Briefing proposto da Prefeitura Municipal do Recife, tanto em sua missão na construção do plano de comunicação institucional, quanto no âmbito da proposta simulada em questão.	4,0 (quatro) pontos
<i>d)</i>	Acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação e adequação e clareza dos objetivos propostos.	4,0 (quatro) pontos

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

<i>a)</i>	a adequação do partido temático desdobrado do tema base e do conceito propostos à natureza e à qualificação das campanhas Institucionais da Prefeitura do Recife e a seu (s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação,	4,0 (quatro) pontos
<i>b)</i>	a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos pela candidata e sua riqueza de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura do Recife com seus públicos;	5,0 (cinco) pontos
<i>c)</i>	Desenvolvimento, adequação/pertinência e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e/ou específico, de comunicação, incluindo as determinações do Planejamento capazes de guiar as diretrizes criativas e de mídia da proposta;	6,0 (seis) pontos
<i>d)</i>	a consistência lógica da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta e sua capacidade de articulação com os desafios de comunicação, públicos, temporalidade e verba;	5,0 (cinco) pontos



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

14.4.3 - Ideia Criativa: **máximo de 21 (vinte e um) pontos**, da seguinte forma:

a)	Estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha:	6,0 (seis) pontos
b)	Capacidade de síntese da estratégia de comunicação e manejo/adequação da linguagem, demonstrados em sua unidade criativa e qualidade técnica dos exemplos apresentados.	4,0 (quatro) pontos
c)	Cobertura de público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida em suas diversas dimensões, incluindo a expansão não tangibilizada;	4,0 (quatro) pontos
d)	Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas.	7,0 (sete) pontos

14.4.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: **máximo de 14 (quatorze) pontos**, da seguinte forma:

a)	Conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação (psicográficos e sociodemográficos) e consequente capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia, bem como da busca de fontes para embasar estes dados;	4,0 (quatro) pontos
b)	Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante, em particular a otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa.	5,0 (cinco) pontos
c)	Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta, incluídas métricas e rentabilidades mensuráveis e dimensões eficientes.	5,0 (cinco) pontos



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

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

<i>a)</i>	capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura (física e em TI), dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura do Recife.	4,0 (quatro) pontos
<i>b)</i>	sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos quesitos: operacionalidade (fluxo e normas), pessoal, segurança, presteza no atendimento às solicitações e grau de liberdade conferido à Prefeitura do Recife na escolha de soluções alternativas.	6,0 (seis) pontos
<i>c)</i>	A existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta do Prefeitura do Recife, bem como a qualidade da definição técnica dos profissionais à disposição segundo aspectos solicitados.	5,0 (cinco) Pontos

14.4.6 - Repertório: **máximo de 10 (dez) pontos**, da seguinte forma:

<i>a)</i>	Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção e pertinência criativa;	4,0 (quatro) pontos
<i>b)</i>	a clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;	2,0 (dois) pontos
<i>c)</i>	Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas e a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação Institucional e do setor público.	4,0 (quatro) pontos

14.4.7 - Relato de Soluções de Problemas de Comunicação: **máximo de 10 (dez) pontos**, da seguinte forma:

<i>a)</i>	a evidência de planejamento publicitário;	3 (três) pontos
<i>b)</i>	a consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta e conseqüente relevância dos resultados apresentados diante dos desafios;	4,0 (quatro) pontos
<i>c)</i>	a concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso.	3 (três) pontos



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

14.5 DA ESCALA DE AVALIAÇÃO

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

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

14.5.3 - Para efeito de aferição da nota de cada quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica utilizarão como pontuação 05 (cinco) NÍVEIS DE NOTAS, de acordo com a seguinte escala referente à nota máxima de cada quesito ou subquesito:

<i>NÍVEL</i>	<i>CLASSIFICAÇÃO</i>	<i>PONTUAÇÃO DO ITEM</i>
1 °	Não abordado ou Erroneamente abordado	0% da nota máxima
2 °	Insuficientemente abordado	20% da nota máxima
3 °	Parcialmente abordado	40% da nota máxima
4 °	Satisfatoriamente abordado	70% da nota máxima
5 °	Totalmente abordado	100% da nota máxima

14.5.4 Para efeito de avaliação do item do conteúdo de cada quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica utilizarão como referência os seguintes conceitos para cada um dos níveis de avaliação:

- a) **Para aferir Não abordado ou Erroneamente abordado** (0% da pontuação destinada ao critério): No subitem específico, observando as normativas construtivas propostas em edital, o texto da concorrente não atende aos elementos presentes no briefing do edital ou demais critérios editalícios, não versando sobre o tema solicitado ou contém erros grosseiros, seja na abordagem solicitada para a campanha, seja para os elementos destacados para análise do item/subitem de avaliação.
- b) **Para aferir Insuficientemente abordado** (20% da pontuação destinada ao critério): No subitem específico, observando as normativas construtivas propostas em edital, o texto da concorrente atende de forma muito elementar aos elementos presentes no briefing do edital ou não alcançou a qualidade mínima necessária. O texto revela conteúdo fraco, medíocre, insatisfatório, entretanto, guarda alguma relação com o item na proposta técnica considerando o tema solicitado ou abordagem de campanha, dentro do item/subitem de avaliação.
- c) **Para aferir Parcialmente abordado** (40% da pontuação destinada ao critério): No subitem específico, observando as normativas construtivas propostas em edital, o texto da concorrente contempla apenas alguns dos aspectos relevantes do quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado no instrumento editalício do certame.



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

- d) **Para aferir Satisfatoriamente abordado** (70% da pontuação destinada ao critério): Esta avaliação é conferida às propostas que contemplam os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica esperada e descrita no instrumento editalício do certame.
- e) **Para aferir Totalmente abordado** (100% da pontuação destinada ao critério): Esta avaliação é conferida às propostas que contemplam integral e exatamente os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, sem desvios e apresentando, quando possível, soluções com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério analisado. Trabalho com evidente excelência qualitativa segundo as necessidades do edital.

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

14.5.6 - A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima atribuída à cada candidata no quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das avaliações, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

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

14.6 DA DESCLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

14.6.1 - Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do edital, do Termo de Referência e de seus anexos;
- b) não alcançar, no total, a nota mínima de 40 (quarenta) pontos;
- c) obtiver pontuação 0,00 (zero) em quaisquer dos quesitos de análise.

14.7 DA ESCALA DE CLASSIFICAÇÃO TÉCNICA

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



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

15 PONTUAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

15.1 A avaliação dos itens de cada proposta de preços, conjuntamente, será efetuada de acordo com os critérios estabelecidos na tabela a seguir:

ITEM	DESCONTO	NOTA
01	Desconto (em percentual) a ser concedido à Prefeitura do Recife, sobre os CUSTOS INTERNOS, baseados na tabela de preços do SINAPRO/PE - Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco. Percentual mínimo: 30%	<ul style="list-style-type: none">• Desconto inferior a 30% : Nota = 0,00• Desconto igual ou superior a 30%: Nota = 0,7 x Desconto
02	Honorários (em percentual) a serem cobrados da Prefeitura do Recife, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada. Percentual máximo: 4,5%	<ul style="list-style-type: none">• Honorário superior a 4,5%: Nota = 0,00• Honorário igual ou inferior a 4,5 % Nota = 4 x (15 – honorário)

15.1.1 As propostas comerciais serão classificadas pela ordem crescente de preços propostos, representados pelo somatório das notas atribuídas aos itens da tabela indicada anteriormente.

15.1.2 Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

15.1.3 Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão de Licitação considerará o preço por extenso.

15.1.4 A pontuação total máxima a ser obtida neste item é de 100 pontos (cem) pontos, para fins de paridade com a nota técnica.

15.2 A pontuação total que trata este item refere-se a nota final de preço a ser obtida pelas somas das pontuações conforme observado no item 14.1

15.3 Caso a soma das pontuações dos descontos exceda o total de 100 (cem pontos), será considerado este valor a nota máxima, sendo os pontos que excederem este valor *desconsiderados* para o cômputo da pontuação de preço.



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

16 CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS (PONTUAÇÃO FINAL)

16.1 A classificação das propostas far-se-á de acordo com a média ponderada das valorizações das propostas técnicas e de preço, de acordo com os pesos estabelecidos neste termo de referência, mediante a aplicação da seguinte fórmula:

$$\text{Nota Final} = (\text{Nota Técnica} \times 0,70) + (\text{Nota de Preços} \times 0,30)$$

16.2 A classificação final será efetuada em ordem decrescente de notas finais. Será considerada vencedora do certame a empresa que obtiver a maior pontuação final.

17 DIREITOS AUTORAIS

17.1 - Quanto aos DIREITOS AUTORAIS, serão observadas as seguintes disposições:

- a) AS CONTRATADAS cedem à CONTRATANTE, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso de ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças (material gráfico, eletrônico e multimídia), softwares, CDs, composições, arranjos, execução de trilha sonora e jingles, animação, pantomima, publicações editoriais e quaisquer outras modalidades de publicidade existentes ou que venham a ser inventadas de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste contrato.
- b) A cessão de que trata a alínea anterior “a)” será por tempo indeterminado, ficando vedada às CONTRATADAS a cobrança de qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato.
- c) A CONTRATANTE poderá, a seu critério, utilizar os direitos cedidos, diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato, ou após o prazo de vigência, inclusive em caso de rescisão, não cabendo à CONTRATADA qualquer espécie de remuneração.
- d) A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades da Prefeitura do Recife, sem que caiba a eles ou à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.
- e) Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.
- f) Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, as CONTRATADAS solicitarão dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.
- g) AS CONTRATADAS utilizarão os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nas alíneas seguintes h) e i).
- h) Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE em



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

í) Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

ANEXO I **BRIEFING DO EXERCÍCIO CRIATIVO**

1. Introdução e conceito

O termo Publicidade Institucional aplicado à gestão pública designa todas as ações de comunicação institucional de interesse maior da população, envolvendo da prestação de contas às ações multidisciplinares da Prefeitura Municipal por meio de suas diversas secretarias. Apesar de ter como público fundamental a população, também é um importante eixo deste segmento seus funcionários e colaboradores. No caso do Município do Recife ainda temos uma lei disciplinadora desta questão - A Lei n.º 18.004/2014 – que não apenas estabelece um teto para os gastos com Publicidade Institucional com a administração direta, como aparta a ação institucional das campanhas educativas nas áreas de saúde pública, segurança do trânsito, defesa e preservação ambiental e prevenção à violência em todas as suas formas, tratadas em edital específico. Contudo, nada impede que, mesmo em sua atividade de atender a capilaridade da mensagem e a transparência das informações, o trabalho de conscientização e o tom didático das mensagens também seja um elemento coadjuvante nesta dimensão – afinal informar aos munícipes também é uma atividade, em certo modo, de sensibilização da população e de multiplicação das melhores práticas.

É nesse sentido que a publicidade institucional para o poder público deve atingir em seu corpo estratégico a sociedade aqui subdividida, em uma instância inicial, em três públicos agrupados de forma macroscópica: o cidadão, o contribuinte e o usuário mais direto de serviços públicos comunicados. Nessas três instâncias temos questões conceituais diferentes, que mesmo sendo inter cruzadas, precisam de tratamentos criativos específicos para levar os princípios do poder público a todas as esferas da sociedade. Atualmente é importante entender que a sociedade, dotada de instrumentos de mobilização digital, é capaz de discutir não apenas a atividade do próprio governo que está comunicando suas ações, como os princípios que guiam suas atitudes, questionando escolhas do executivo e reivindicando mudanças. Neste ambiente a mídia passa a ser uma arena de atividade permanente do executivo, onde a publicidade institucional deve não apenas mostrar o realizado, mas também a extensão de seus poderes e responsabilidades do município, do estado e da união. Uma vez que para a população estas fronteiras estão se tornando menos definidas e cada vez mais mescladas com outras jurisdições – e mesmo com o setor privado – o executivo municipal precisa demonstrar com clareza que agora é menos burocrático, menos hierárquico e tem autoridade para dialogar diretamente com a população e construir as políticas da cidade. Portanto, mesmo sabendo que a responsabilidade por conduzir um executivo municipal está cada vez mais relacionada ao desempenho percebido, é preciso estar nesta arena não como um ente reativo às demandas legais e da população – a publicidade institucional exige ser um protagonista na construção de um discurso dialogado e cidadão com todas estas instâncias.

A Constituição Federal de 1988 estabelece a liberdade de expressão e o direito à informação como direitos fundamentais, garantindo o acesso à informação por parte dos cidadãos. Além disso, ela define que a publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas do poder executivo é um dos instrumentos que geram transparência aos atos da gestão municipal. Neste sentido o dever legal básico é informar a sociedade sobre as políticas, programas, ações e serviços da Prefeitura, promover a participação cidadã, fortalecer a transparência e a prestação de contas - esta é a base mínima deste edital. Contudo, estimular o diálogo com os diversos segmentos da população e a compreensão ativa destes diversos nichos é o elemento que deve ser almejado pelas estratégias que entendem a diversidade de instâncias presentes na missão precípua da Prefeitura do Recife.

Sendo a base da comunicação de caráter público institucional – uma vez que a gestão tem como responsabilidade para cuidar de seu território, atender às necessidades dos cidadãos e garantir seu bem-estar – é preciso compreender esta como a atividade que rege o relacionamento mais amplo, sistemático e efetivo na gestão do Recife. Diversas ações de interesse público aqui estão incluídas: desde as que envolvem a divulgação dos princípios que a gestão está definindo para atuar, até as valorativas, que buscam mostrar a necessidade de uma ação sinérgica com os interesses de seus munícipes. Comunicar,



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

no sentido de engajar e tornar comum, trata-se não apenas de obrigação democrática, mas da transparência necessária ao acompanhamento dos resultados da Prefeitura da Cidade do Recife. Portanto, a publicidade pública contemporânea não deve ser um instrumento de mera adesão, mas um dos canais de fomento da interação com o poder público, alimentando a ação conjunta na busca pelo bem comum.

1.1 Sobre o projeto Ação Inverno

A Prefeitura do Recife, desde o início desta gestão, vem buscando soluções em obras, serviços e programas para minimizar os impactos causados pelas chuvas no Recife. Este ano, o valor investido na Ação Inverno 2023 foi de aproximadamente R\$ 291 milhões, dos quais R\$ 225 milhões foram dos recursos do tesouro municipal - um crescimento de mais de 50% em relação ao ano passado - e R\$ 66 milhões referentes ao convênio com o Governo Federal. Entre as soluções pensadas para a cidade estão ações de micro e macrodrenagem, contenção de encostas, prevenção e monitoramento em áreas de risco, mutirões e eliminação de pontos críticos de alagamento, entre outros serviços de cuidado e prevenção. Este ano, a Ação Inverno também contou com inovações nos protocolos adotados em caso de alertas e na comunicação direta à população, com apoio da tecnologia para fortalecer a segurança e o conhecimento das medidas a serem tomadas em situações de crise.

É importante ressaltar que o trabalho dura o ano inteiro. Em janeiro de 2023, já teve início a limpeza dos canais, além da continuidade de obras de contenção em áreas de risco. Nos momentos de prontidão, mais próximo do período chuvoso na cidade, a equipe de reforço dobra, envolvendo mais de 3.300 servidores de diversas secretarias e órgãos municipais. Além disso, todo o monitoramento da Ação Inverno passa pelo controle direto do Centro de Operações do Recife (COP), que integra 12 secretarias acompanhando a situação da cidade em tempo real para que as devidas medidas sejam adotadas, a exemplo da mudança de estágio diante de cada condição climática apresentada.

O trabalho intersectorial é feito por meio da Autarquia de Manutenção e Limpeza Urbana do Recife (Emlurb) – com ações voltadas para recuperação e construção de escadarias, melhorias na rede de drenagem, limpeza de canais e mitigação de pontos críticos de alagamento. Também ganha reforço da Autarquia de Urbanização do Recife (URB), que investe em macrodrenagem (revestimento de calha e urbanização dos canais) e realiza grandes obras de contenção de encostas.

Já a Defesa Civil destina recursos para as medidas de prevenção porta a porta, obras do Programa Parceria e aplicação de geomanta. O trabalho inclui a aplicação de 32 mil m² de geomanta, em mais de 300 pontos da cidade, e 3,5 milhões m² de lonas plásticas (área superior a 800 campos de futebol). Além disso, a Defesa Civil promove 55 mil vistorias, 12 mil visitas nas residências, 2 mutirões por semana em diversas comunidades, 100 ações educativas nas escolas e execução de 1.200 obras (confirmar dado) do Programa Parceria, 20% a mais do que no ano passado. Nos casos de emergência, a Defesa Civil atende a população por sua central telefônica de forma gratuita com atendimento 24h e também por meio do whatsapp.

O Programa Parceria, no qual a Prefeitura fornece material e orientação técnica de engenheiros e supervisores da Defesa Civil para intervenções em áreas planas e morros, enquanto a população entra com a mão de obra como contrapartida, pretende realizar mais de 1.200 obras ainda este ano, ante o atual cenário de planejamento. Os serviços do programa incluem tratamento de encosta com soluções técnicas de rip rap, tela argamassada e alvenaria armada; melhoria de infraestrutura com implantação de acessos, microdrenagem e corrimão; além do trabalho específico de melhorias habitacionais (fossa séptica, revestimentos e recuperação de paredes).

1.2 Estratégias de suporte – Ação Inverno

I. TECNOLOGIA



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

Com o uso de novos tablets, equipes da Defesa Civil fazem o monitoramento das ações de vistoria nas áreas de risco em tempo real, além de enviarem via SMS para 42 mil famílias cadastradas, alertando sobre a possibilidade de chuvas fortes e saída para locais seguros. Todo o acompanhamento de vistorias, obras e laudos técnicos é acompanhado por meio de um sistema integrado. Este ano, os alertas de chuva contam com o auxílio da plataforma Conecta Recife, para pessoas cadastradas, além do envio compulsório a depender do estágio e da dimensão da chuva.

II. NOVOS PROTOCOLOS

Outro ponto importante nos serviços oferecidos pela Ação Inverno 2023 se refere aos estágios de alerta à população. A Prefeitura já está emitindo à população, via mensagem no celular, níveis diferentes de alertas de acordo com o cruzamento de alguns dados, indo da mobilização, atenção, alerta máximo. Informação essa que também é fornecida nas redes sociais proprietárias.

III. CONTENÇÃO DE ENCOSTAS

A Prefeitura do Recife prevê para este ano 55 intervenções de grande porte em encostas nos morros da cidade. Assim, a Ação Inverno 2023 inclui investimentos de R\$ 70 milhões em serviços de contenção de encostas. Entre as comunidades beneficiadas estão Jardim Monteverde, Vila dos Milagres, Córrego do Jenipapo, Alto José Bonifácio, Ibura, Jordão, Brejo da Guabiraba, Nova Descoberta, Bomba do Hemetério, Lagoa Encantada, Vasco da Gama, Linha do Tiro. O pacote de obras tem o total de 120 encostas que serão executadas pela Prefeitura do Recife. Dessas, 68 já foram entregues à população. Realizadas por meio da Autarquia de Urbanização do Recife (URB), este tipo de ação é complexa e inclui serviços como drenagem, muros de arrimo, instalação de telas argamassadas, passeios e corrimãos.

IV. MACRODRENAGEM

A Prefeitura do Recife também investe em obras de macrodrenagem, que são essenciais para a melhoria do escoamento das águas de chuva na cidade e que tem como objetivo construir o Parque Alagável (dentro do projeto de urbanização e alargamento das margens do Rio Tejipió). Os canais Parnamirim e Ibiporã serão beneficiados com serviços como revestimento de calha, urbanização e drenagem, a cargo da Autarquia de Urbanização do Recife (URB). Os canais Santa Rosa e ABC vão ser contemplados com obras de urbanização em um trecho, com melhorias como pavimentação da via, passeio e iluminação.



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

V. LIMPEZA DE CANAIS

A Autarquia de Manutenção e Limpeza Urbana do Recife (Emlurb) vem trabalhando para minimizar os transtornos ocasionados pelas chuvas. Todos os anos, a Prefeitura do Recife realiza a limpeza dos 99 canais que cortam o município, um investimento previsto para 2023 da ordem de quase R\$ 10 milhões. Conhecida por ser cortada por rios e córregos, os canais são fundamentais para a drenagem das águas pluviais da cidade, e isso se reflete nos números dedicados a esta ação: apenas no Canal do Arruda foram removidos 5.427,41 m³ de resíduos, sendo que grande parte desse volume de lixo está no lugar errado. Deste modo, apenas comunicar o realizado numa ação como esta se torna apenas parte do processo: simultaneamente ao trato institucional a Emlurb tem trazido - durante todo o ano - informação sobre educação socioambiental, buscando uma comunicação que sensibilize a população sobre a importância de não jogar lixo não apenas nos canais, mas também em galerias e encostas. Além disso, qualquer cidadão pode solicitar, presencialmente ou via telefone, o serviço de remoção de resíduos e limpeza de canais abertos através do Conecta Recife.

VI. ELIMINAÇÃO DE PONTOS DE ALAGAMENTO

Outra importante intervenção realizada pela autarquia é a eliminação de pontos críticos de alagamento. Neste aspecto, a Emlurb vai atuar recuperando paredes de contenção de oito canais evitando o transbordamento; agilizando a drenagem de águas com a recuperação de 273 escadarias e suas canaletas; além da requalificação de passeios públicos em 112 logradouros, o que permite o tráfego mais confortável de pedestres mesmo em momentos de chuva intensa. Ações transversais como a requalificação da Agamenon Magalhães também irão permitir a eliminação destes pontos, uma vez que todo o sistema viário da avenida, suas estruturas de dragagem e redimensionamento das galerias trará maior fluidez ao escoamento mesmo em momentos maior concentração pluviométrica. É importante notar que todo o processo de manutenção de galerias e vias é fundamental, uma vez que vivemos um momento onde grandes índices de precipitação devem acontecer com maior frequência dada a concretude das mudanças climáticas em todo o planeta.

VII. ECOBARREIRAS

A implantação de Ecobarreiras nos canais da cidade, ainda em caráter experimental, teve início no segundo semestre do ano passado, sendo colocadas em três diferentes locais: Canal de Setúbal; Canal do Jordão; e Canal Vasco da Gama (Arruda). A Emlurb instalou este ano, mais sete dispositivos de Ecobarreiras em outros canais, totalizando 10 pontos de retenções de lixo: estas estruturas flutuantes são colocadas transversalmente nos canais para impedir que os resíduos sólidos se espalhem, sendo uma tecnologia barata, de fácil manuseio e com resultados significativos. As ecobarreiras são importantes ferramentas para auxiliar na própria remoção do lixo, que hoje é feita de duas a três vezes por semana em cada um dos pontos instalados.

VIII. CIÊNCIA

Quatro projetos aprovados ano passado no Edital de Apoio a Projetos de Prevenção, Preparação e Mitigação de Incidentes Climáticos da Fundação de Amparo à Ciência e Tecnologia do Estado de Pernambuco (FACEPE) começaram a ser executados neste ano, contribuindo com a formulação e planejamento das políticas públicas. Em julho ainda foi concluída a instalação dos primeiros cinco pluviômetros e cinco sensores de alagamento municipais na cidade, que reforçam o trabalho integrado do Centro de Operações do Recife (COP). A previsão é chegar a 50 equipamentos distribuídos por todo o território da capital.



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

IX. ASSISTÊNCIA SOCIAL

A Secretaria de Desenvolvimento Social, Direitos Humanos, Juventude e Políticas sobre Drogas (SDSDHJPD) oferece proteção no Abrigo Emergencial para assegurar o acolhimento das famílias que tenham sofrido eventuais transtornos em função das fortes chuvas, alagamentos, ou desabamento de barreiras.

X. TRÂNSITO

A Autarquia de Trânsito e Transporte Urbano do Recife (CTTU) também está integrada à Ação Inverno 2023, intensificando as ações para diminuir os possíveis transtornos ocasionados pela chuva. Nesta preocupação de integrar todas as ações que visam mitigar os efeitos do inverno sobre a cidade, a relacionada à mobilidade tem papel fundamental, já que permitem não apenas o deslocamento em segurança pela cidade, mas a remoção rápida de pessoas em áreas de risco em momentos extremos. A tecnologia também se faz presente aqui com os Semáforos 4.0 do Recife, com energia de emergência: apenas neste ano serão 93 novos semáforos, além dos mais de 133 já instalados com a tecnologia 4G. Com a rede de celular sincronizando o sinal destes equipamentos, extermina-se um problema recorrente em momentos de muita chuva: a perda da comunicação via cabo físico. A questão energética em momentos de apagão por eventos climáticos também está sendo sanada, com a instalação de nobreaks em 110 destes orientadores de tráfego. Com o sistema digital destes semáforos ainda foi possível dar agilidade ao processo de interdição de vias em estado crítico durante o período de chuvas intensas na cidade. Isto evita o risco em pontos como a avenida Dois Rios, no Ibura - interditada na altura da avenida Rio Xingu – e o túnel Felipe Camarão, esse último gerido pelo Governo do Estado.

XI. SAÚDE

Os serviços de pronto atendimento e o Serviço de Atendimento Móvel de Urgência (Samu 192), assim como toda a estrutura da Secretaria de Saúde (Sesau) do Recife, ficam de prontidão, podendo ser utilizados e mobilizados, caso seja necessário. Além das ações de prontidão a Prefeitura atua na prevenção da presença de focos de vetores e outros animais, minimizando os riscos de doenças como leptospirose, arboviroses e acidentes por animais peçonhentos, mais comuns em cenários de alagamento.

XII. GOVERNO

A Secretaria de Governo e Participação Social (Segov) disponibiliza cerca de 50 trabalhadores, entre gerentes, coordenadores e demais servidores de área, para o trabalho de mobilização comunitária em caso de necessidade, verificando in loco as necessidades das comunidades e bairros e fazer encaminhamentos com as solicitações para obras e serviços.

XIII. GUARDA

A Guarda Civil Municipal do Recife atua no suporte à Ação Inverno 2023. A Defesa Civil conta com 50 agentes de segurança da corporação, que ficarão à disposição no apoio da operação, em particular nos momentos de evacuação e isolamento das áreas afetadas, mantendo efetivo fixo nos abrigos temporários controlados pela gestão da capital pernambucana.



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

XIV. PROMORAR

Além da Ação Inverno, a Prefeitura do Recife aprovou a operação de crédito de US\$ 260 milhões - mais de R\$ 1,3 bilhão - junto ao Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) para investimentos em infraestrutura e habitabilidade nas comunidades de baixa renda da cidade. Esse financiamento vai viabilizar o maior projeto de requalificação urbana e social do Recife. As ações do ProMorar incluem obras que visam a redução do risco de inundações e deslizamentos de terra em áreas de morro, o reassentamento de famílias que residem em locais de risco ambiental e urbanização integrada de comunidades de interesse social. Também serão realizadas obras de macrodrenagem para o melhor escoamento das águas das chuvas, além do alargamento da calha e dragagem dos rios Tejipió, Jiquiá e Moxotó.

2. Desafio de Comunicação

O desafio que se coloca para as agências participantes desta concorrência é a proposição de desenvolvimento de um formato capaz de servir de Informe Regular do Executivo Municipal sobre a AÇÃO INVERNO 2024 para o primeiro semestre do ano de 2024. A campanha será veiculada no primeiro semestre do ano da ação, podendo ser ajustada em seu prazo de acordo com as necessidades de veiculação e objetivos de comunicação da Prefeitura do Recife e as análises traçadas para o caso. Para este exercício as candidatas devem definir o período de veiculação dos seus 60 dias de plano para fins avaliativos, defendendo, de modo detalhado, as vantagens das estratégias propostas. A base desta comunicação deve ser um posicionamento central, desenvolvido pelas licitantes, calcado na característica cidadã deste tipo de ação de divulgação, que tem na transparência da gestão uma de suas diretrizes, sem perder de vista a necessidade de engajamento de todos que trafegam pela cidade e são afetados neste período.

É indispensável que, ao defender seu posicionamento, as licitantes demonstrem sua compreensão do problema de comunicação, propondo a conceituação da mensagem principal e de sua síntese corporificada em slogan para toda a campanha. Uma questão que claramente atinge as diversas instâncias de público neste período é que tanto as ações de preparação para o inverno, quanto as ações emergenciais desenvolvidas nos momentos climáticos extremos são vistas normalmente como transtornos ao cidadão, quando devem ser pensadas como um trabalho sistêmico e indispensável ante a uma realidade que deve cada vez mais se intensificar ante ao cenário de mudanças climáticas. Ao desenvolver a campanha fruto desta base estratégica, caberá a cada concorrente demonstrar a capacidade de desdobramento e aplicabilidade do formato proposto às diversas necessidades e temas próprios da Prefeitura, tomando como fundamento criativo as informações disponibilizadas neste briefing.

Desta forma, cada uma das concorrentes deve apresentar roteiros, layouts e textos com base nas informações aqui prestadas, ficando facultado às agências apresentar exemplos de roteiros de filmes e/ou storyboards e de roteiros para outras peças eletrônicas, caso julguem necessários para a melhor visualização e apresentação da campanha, levando em consideração que o suporte papel é único referendado, e as propostas devem estar em conformidade com as demais exigências claramente expressas em edital.

2.1 Tema Base para desenvolvimento

“AÇÃO INVERNO 2024. Juntos cuidamos da nossa cidade.”

A proposta inicial do tema é caracterizar este conjunto de atividades como um ponto do poder público, mas que demanda o apoio de todos. Espera-se das propostas que elementos como união e responsabilidade compartilhada em relação ao cuidado com a cidade durante o inverno estejam na campanha, mas não se pode transmitir à população uma visão de que os resultados negativos são responsabilidade de uns ou outros, nem causar refração à convocação realizada pelo poder



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

público, agindo no espírito de ações premiadas e exitosas realizadas pela Prefeitura. Deste modo, faz parte do desafio desdobrar este tema em conteúdos e estratégias particularmente desenvolvidos pela concorrente, dentro das demais diretrizes presentes neste briefing, para atender os elementos semânticos e funcionais necessário aos melhores resultados em comunicação digital.

3. Problema de Comunicação

Sabemos que os problemas ambientais urbanos são fenômenos que impactam diretamente na qualidade de vida no meio ambiente das cidades. No grande Recife, diante de efeitos climáticos recentes, não poderia ser diferente. Destacam-se as causas naturais, mas que são potencializadas pela ação do homem, assim como pela acentuada transformação da natureza, fatores que contribuem para a mudança climática ao longo tempo. Ressaltamos também que os elementos motivadores desses problemas ambientais nas cidades estão centrados em questões relacionadas à intensa modificação do espaço natural pelas atividades produtivas, entre outras questões. Além de diminuir a permeabilidade, o Recife, como conglomerado urbano moderno, transformou de forma intensa a cidade, sua relação com as águas, com a vegetação ciliar e até mesmo com a diversidade social. Repensar a cidade e o trato com aquilo que afeta a dragagem de uma cidade com as características da capital de Pernambuco não pode ser um papel vertical do poder público: exige desde um novo entedimento em relação ao trato do lixo fora dos eventos extremos, quanto uma nova atitude em relação a ampliação de espaços compartilhados, tetos verdes, permeabilidade do solo e até mesmo uma nova atitude ante aos deslocamentos em momentos de grande precipitação de chuvas.

É nesse contexto que cabe ao executivo municipal agir, principalmente preventivamente, para tentar minimizar os impactos das chuvas para a população residente diretamente na cidade e na Região Metropolitana do Recife, área considerada bastante suscetível à grave crise climática que se acelera em todo o planeta. A busca é sempre sensibilizar os munícipes, demais atores da mobilidade, sociedade e mostrar o que está sendo feito e as formas de contribuição/conscientização de todos para minimizar os impactos do período.

Ao mesmo tempo, deve existir por parte de todos grande conscientização sobre os efeitos das mudanças climáticas no inverno da cidade: a grande concentração de precipitações pluviométricas se repetiram de forma intensa em 2023 e tem sido uma realidade ante ao aquecimento das temperaturas mundiais, trazendo eventos climáticos atípicos e efeitos ampliados sobre a vida urbana. Isso deve ser entendido de modo a criar um senso de urgência e motivação para a população fazer sua parte ante a esta nova realidade de nossa região e do mundo.

Para resolver este problema é indispensável que as candidatas desenvolvam um modelo eficaz de divulgação dos princípios listados em briefing e, simultaneamente, informar e conscientizar à população do andamento destas atividades. Neste sentido, uma estratégia de comunicação que precisa, necessariamente, ter um caráter permanente e regular, sendo concebidas como parte de uma estratégia de longo prazo, em consonância com suas metas de gestão: se consolidar como cidade criativa, inovadora e de referência para os munícipes.

4. Verba Referencial para Investimento e período

Para realizar essa campanha simulada, com duração de 60 dias, pode ser utilizada uma verba estimada de R\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais) para divulgação no grande Recife. Tal valor inclui todos os custos de veiculação, mídia, produção e/ou no media que venham a ser propostos. Os valores usados na distribuição de mídia neste exercício simulado, para todos os veículos de comunicação, serão os de suas respectivas tabelas de preço, sem percentuais de desconto. Para os valores de veiculação, a licitante aplicará os limites máximos de remuneração previstos nas regras do Conselho Executivo das Normas-



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

Padrão da Atividade Publicitária (CENP). Não será necessário utilizar os custos internos neste exercício, sendo que aqueles valores que tratem de produção de peças de comunicação digital, podem, a critério da licitante, utilizar o valor cheio (sem descontos) constante nas tabelas do Guia Referencial de Preços do SINAPRO/PE – Sindicato das Agências de Publicidade do Estado de Pernambuco. Para os custos de produção (serviços técnicos de terceiros), devem ser utilizados os preços praticados pelo mercado, tais como comumente orçados na relação comercial com estes parceiros.

5. Considerações Finais

As licitantes deverão agir de forma criativa não apenas na produção das peças, mas também no desenvolvimento de estratégias que, no aspecto dos investimentos, ofereçam a melhor relação custo-benefício ao erário. A ideia é impactar o maior número de pessoas com o menor custo para a Prefeitura da Cidade do Recife, a partir de decisões no uso das mídias nas quais o fator técnico e o uso de métricas atualizadas prevaleçam sobre o senso comum e o uso intuitivo dos meios. Para isso, há de se conhecer em profundidade o perfil psicográfico dos públicos a serem atingidos pela campanha, sem negligenciar a tradicional e necessária segmentação demográfica.



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

ANEXO II – MINUTA DO CONTRATO

Contrato de **prestação de serviços** [número/ano] que entre si celebram o MUNICÍPIO DO RECIFE e [nome da empresa] na forma abaixo.

O MUNICÍPIO DO RECIFE, entidade de direito público interno, sediado no Cais do Apolo, n.º 925, no bairro do Recife, nesta cidade, inscrito no CNPJ/MF sob o n.º 10.565.000/0001-92, doravante denominado CONTRATANTE, através da Secretaria de [informe secretaria], representada por seu Secretário [nome], brasileiro, [estado civil], [profissão], inscrito no CPF [número], portador da cédula de identidade n.º [informe n.º e órgão de expedição] e, do outro lado, a Empresa [nome da empresa], doravante denominada CONTRATADA, com sede à [endereço], CNPJ [número] neste ato representada por [nome], CPF [número], celebram o presente instrumento com observância estrita de suas cláusulas, que em sucessivo, mútua e reciprocamente outorgam e aceitam, de conformidade com os preceitos de direito público, além dos especificadamente previstos nas Leis Federais n.º 4.680/1965, 12.232/2010, Lei Municipal 17.765/2012, e subsidiariamente pela Lei Federal 8.666/1993, referente ao **Processo Licitatório n.º** [informe n.º/ano], na modalidade **Concorrência n.º** [informe n.º/ano] CPLCC e à Proposta da CONTRATADA, aplicando-se supletivamente, os princípios da Teoria Geral dos Contratos e as disposições de direito privado.

DO OBJETO

CLÁUSULA PRIMEIRA: Constitui objeto deste Contrato a **prestação de serviços de** [informe serviço], conforme especificações contidas no Projeto Básico, anexo ao edital.

PARÁGRAFO ÚNICO: Os acréscimos não previstos na caracterização do objeto, contido nesta cláusula, e necessários ao seu fiel cumprimento, só serão efetivados com base em Relatório do CONTRATANTE e mediante prévia e expressa autorização do Secretário solicitante, sob pena de nulidade, promovendo-se a responsabilidade de quem lhe deu causa.

DA MODALIDADE/FORNECIMENTO/REGIME DE EXECUÇÃO

CLÁUSULA SEGUNDA: A modalidade de que trata este Contrato é a da execução indireta, empreitada por preço unitário.

DO PREÇO/ CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

CLÁUSULA TERCEIRA: O CONTRATANTE pagará à CONTRATADA o preço global de R\$ [informe o valor em algarismos e (por extenso)], mediante apresentação da nota fiscal/fatura devidamente atestada pelo setor competente do CONTRATANTE.

PARÁGRAFO PRIMEIRO: O pagamento dos serviços prestados será efetuado mensalmente no prazo de até 30 (trinta) dias contados da data da apresentação da nota fiscal/fatura dos serviços realizados, devidamente autorizados e atestados pela autoridade competente.

- i. A nota fiscal apresentada pela agência contratada deverá estar acompanhada das autorizações de serviços, emitidas pela contratante.



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

PARÁGRAFO SEGUNDO: Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada da seguinte forma:

- a) Valor de CUSTOS INTERNOS, baseado na tabela de preços do SINAPRO/PE - Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco, já abatido o percentual de desconto sobre os valores da referida tabela, conforme ofertado em sua proposta de preços;
- b) Honorários (em percentual), conforme constante na proposta, a serem cobrados do Gabinete de Comunicação da Prefeitura do Recife, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada, referentes à peça e/ou material cuja distribuição não proporcione ao licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.
 - 1) Honorários de 1% (um por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes:
 - I. a cachê e a direito de autor e conexos, na sua utilização ou reutilização em peça ou material publicitário, exclusivamente quando a distribuição da peça ou material não proporcionar à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação;
 - II. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação publicitária, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste;
 - III. à reimpressão ou reedição de serviços gráficos.

PARÁGRAFO TERCEIRO: O faturamento dos serviços subcontratados de produção externa e veiculação deverá ser feito em nome da Prefeitura da Cidade do Recife, devendo o pagamento dos serviços de produção externa ser feito diretamente às empresas subcontratadas.

PARÁGRAFO QUARTO: As contratadas reverterão à Prefeitura do Recife 1/4 (um quarto) do DESCONTO-PADRÃO DE AGÊNCIA a que fizerem jus, calculado sobre o valor de cada veiculação.

PARÁGRAFO QUINTO: A Agência vencedora do certame deverá anexar declaração de que haverá repasse para o Município de Recife sobre o “desconto de agência” pago pelos Veículos de Comunicação às Agências em conformidade com o art. 11 da Lei Federal nº 4.680/1965. Dos 20% (vinte por cento) de desconto de agência a que faz jus, a agência repassará ao Município sob a forma de desconto no ato de pagamento de cada uma das faturas, o equivalente a 5% (cinco por cento) e permanecerá com 15% (quinze por cento). Este valor obedece ao limite estabelecido no Anexo B das Normas-Padrão da Atividade Publicitária.

PARÁGRAFO SEXTO: Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pelas CONTRATADAS.

PARÁGRAFO SÉTIMO: As CONTRATADAS se comprometem a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do SINAPRO/PE - Sindicato das Agências de Propaganda de Pernambuco e com os preços correspondentes a serem cobrados do CONTRATANTE, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele.

PARÁGRAFO OITAVO: Os honorários de que tratam cláusula 3ª § 2º, “b”, serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência das CONTRATADAS.

PARÁGRAFO NONO: As CONTRATADAS não farão jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços prestados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

PARÁGRAFO DÉCIMO: Despesas com deslocamento de profissionais das CONTRATADAS, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse do CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pelas CONTRATADAS, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pelo CONTRATANTE.

PARÁGRAFO DÉCIMO PRIMEIRO: Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais das CONTRATADAS, 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.

PARÁGRAFO DÉCIMO SEGUNDO: As CONTRATADAS não farão jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pelo CONTRATANTE, de créditos que a este tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente ao contrato.

PARÁGRAFO DÉCIMO TERCEIRO: As formas de remuneração poderão ser renegociadas, no interesse do CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação do contrato.

PARÁGRAFO DÉCIMO QUARTO: O desconto-padrão de agência é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta do CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

PARÁGRAFO DÉCIMO QUINTO: Na execução do contrato, a CONTRATANTE poderá negociar com as CONTRATADAS a obtenção de percentual de reversão superior aos percentuais inicialmente fixados em contrato, com vistas a obter condições mais vantajosas para o Município.

PARÁGRAFO DÉCIMO SEXTO: Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual sobre o cachê original a ser pago pelo CONTRATANTE a atores, modelos e locutores, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

DA VIGÊNCIA

CLÁUSULA QUARTA: Este Contrato vigorará pelo prazo de **12 (doze) meses**, tendo como termo inicial o dia de sua celebração.

PARÁGRAFO PRIMEIRO: Comprovada a obtenção de preços e condições mais vantajosas para a CONTRATANTE, este contrato pode ser prorrogado por até 60 (sessenta) meses.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Não poderá ser prorrogado o contrato se, na ocasião da prorrogação, a CONTRATADA estiver punida com declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

DO REAJUSTE

CLÁUSULA QUINTA: O reajuste contratual eventualmente devido observará a periodicidade mínima de 12 (doze) meses a contar da data de apresentação da proposta, com base na variação acumulada do IPCA, nos termos do Decreto Municipal nº 32.425/19.

PARÁGRAFO ÚNICO: O reajuste deve ser solicitado até a data da assinatura do contrato, do aditivo de prorrogação ou do encerramento da vigência contratual posteriores ao nascimento do direito, sob pena de preclusão (art. 8º do Decreto Municipal nº 32.425/19).



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

DA GARANTIA DE EXECUÇÃO

CLÁUSULA SEXTA: Neste ato, bem como na hipótese de prorrogação do contrato, a CONTRATADA deverá apresentar à CONTRATANTE comprovante de garantia de execução contratual no valor de **1% (um por cento)** do valor do Contrato, com prazo de validade, no mínimo, igual ao prazo de vigência contratual acrescido de **90 (noventa)** dias, e atendendo às seguintes condições:

I) Fiança Bancária prestada por instituição financeira:

- a) expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento ao Gabinete de Comunicação da Prefeitura do Recife, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;
- b) renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro;
- c) cláusulas de atualização financeira, de imprescritibilidade, de inalienabilidade e de irrevogabilidade.

II) O seguro-garantia consistirá na emissão de apólice, por entidade seguradora em funcionamento no Brasil, em favor do CONTRATANTE:

- a) a apólice deverá indicar o Gabinete de Comunicação da Prefeitura do Recife como beneficiário;
- b) a apólice deverá conter cláusulas de atualização financeira, de imprescritibilidade, de inalienabilidade e de irrevogabilidade.

III) A caução em dinheiro será depositada na Conta Corrente do CONTRATANTE e será restituída após a execução do contrato atualizada monetariamente pelo índice IPCA/IBGE.

IV) Títulos da dívida pública, emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.

PARÁGRAFO PRIMEIRO: Verificado o cumprimento das obrigações contratuais, a garantia contratual será devolvida, mediante requerimento da CONTRATADA, no prazo de até 90 (noventa) dias após o término da vigência do contrato.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses do Gabinete de Comunicação da Prefeitura do Recife ou ao indiretamente aos entes públicos contratantes.

PARÁGRAFO TERCEIRO: Sem prejuízo das sanções previstas na Lei e no Edital, a não prestação da garantia exigida será considerada como recusa injustificada em assinar o contrato.

DAS CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO DO OBJETO

CLÁUSULA SÉTIMA: Os serviços deverão ser executados de acordo com as exigências do Projeto Básico anexo ao Edital.

DO RECEBIMENTO DO OBJETO

CLÁUSULA OITAVA: O objeto do Contrato será recebido pelo servidor responsável pelo atesto, na forma da legislação municipal, nas seguintes condições:



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

I) Recebimento provisório, para efeito de posterior verificação da conformidade dos serviços com as especificações exigidas no Projeto Básico;

II) Recebimento definitivo após a verificação da quantidade e da análise atestando a qualidade serviços e sua consequente aceitação pela **Contratante**, mediante “atesto” na nota fiscal/fatura, após comprovada a adequação aos termos da nota de empenho.

PARÁGRAFO PRIMEIRO: O recebimento provisório ou definitivo do objeto não exime o CONTRATADO da responsabilidade pelos vícios que possa apresentar, bem como da indenização que por ventura se originar de tais vícios.

PARÁGRAFO SEGUNDO: O recebimento provisório ou definitivo não exclui a responsabilidade do licitante pela veracidade das informações e pela qualidade e quantidade dos serviços prestados.

PARÁGRAFO TERCEIRO: A contratada deverá executar o objeto licitado de acordo com as especificações do Projeto Básico, sob pena de não aceitação dos serviços prestados.

DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

8.2. **CLÁUSULA NONA:** O recurso alocado para a realização do objeto deste contrato será oriundo da seguinte dotação orçamentária(s): nº 2501.04.131.2.160.2.156, elemento de despesa nº 3.3.90.40 e fonte 100.

DOS DIREITOS E OBRIGAÇÕES DAS PARTES

CLÁUSULA DÉCIMA: O regime jurídico deste Contrato confere ao CONTRATANTE as prerrogativas de:

I. modificá-lo, unilateralmente, para melhor adequação às finalidades de interesse público, respeitados os direitos da CONTRATADA;

II. rescindi-lo, unilateralmente, nos casos especificados no inciso I do art. xx da Lei Federal

8.666/1993; III. fiscalizar-lhe a execução;

IV. aplicar sanções motivadas pela inexecução total ou parcial do ajuste;

PARÁGRAFO PRIMEIRO: As cláusulas econômico-financeiras e monetárias dos contratos administrativos não poderão ser alteradas sem prévia concordância do contratado.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Na hipótese do inciso I desta cláusula, as cláusulas econômico-financeiras do contrato deverão ser revistas para que se mantenha o equilíbrio contratual.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA: Constitui obrigação do CONTRATANTE:

1. Comunicar, através do Serviço de Contabilidade, aos órgãos incumbidos de arrecadação e fiscalização dos tributos municipais, das características e dos valores pagos referentes à liquidação da despesa deste Contrato.
2. Comunicar às autoridades irregularidades ocorridas e atos ilícitos cometidos pela CONTRATADA.
3. Fazer publicar na imprensa oficial, os extratos das atas, dos respectivos contratos e seus eventuais aditivos.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA: São conferidos à CONTRATADA os direitos relacionados no art. 59, § 2º do art. 79 e art. 109 da Lei nº. 8.666/1993.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA: Constituem obrigações da CONTRATADA:

1. Executar o serviço dentro dos prazos e condições estabelecidas no Projeto Básico e no contrato.
2. Os serviços prestados obedecerão a rotinas estabelecidas pela CONTRATANTE.



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

3. Arcar com todas as despesas, custos ou obrigações decorrentes da legislação da seguridade social, trabalhista, tributária, fiscal, securitária, comercial, civil e criminal, no que se relacionem com os serviços ora contratados, inclusive no tocante aos seus empregados, dirigentes e prepostos;
4. Responsabilizar-se pelos danos causados diretamente à Administração ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo na execução do Contrato, não excluindo ou reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento pelo órgão interessado;
5. Ressarcir os eventuais prejuízos causados à CONTRATANTE e/ou a terceiros, provocados por ineficiência ou irregularidades cometidas na execução das obrigações assumidas;
6. Responsabilizar-se integralmente pelos serviços contratados, nos termos da legislação vigente;
7. Manter, durante a vigência do contrato todas as condições de habilitação exigidas no processo licitatório;
8. Não executar alteração ou acréscimo de quantitativos sem a competente autorização escrita da CONTRATANTE, através de termo aditivo.
9. Designar por escrito, prepostos aceitos pela Administração, durante o período de vigência do contrato, nas dependências dos órgãos/entidades para representá-la administrativamente sempre que for necessário e, ainda, para atenderem aos profissionais alocados nos postos de trabalho, tais como: entrega de contracheques, assinatura de folha de ponto, e outras responsabilidades, conforme consignado neste Projeto Básico e que tenha capacidade para tratar de todos os assuntos definidos no contrato, bem como atender às solicitações da CONTRATANTE.
10. A CONTRATADA não poderá subcontratar ou transferir a terceiros os serviços, objeto do contrato.

DA FISCALIZAÇÃO/ADMINISTRAÇÃO DO CONTRATO

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA: É reservado ao **CONTRATANTE**, sem restringir a plenitude da responsabilidade da **CONTRATADA**, exercer a mais ampla e completa fiscalização sobre os serviços executados, diretamente ou por prepostos designados.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA: Compete à **CONTRATANTE** a designação, mediante Termo específico, do servidor responsável para exercer a fiscalização e acompanhamento deste Contrato, competindo-lhe informar à **CONTRATADA** sobre eventuais vícios ou irregularidades, propor as soluções e as sanções que entender cabíveis para regularidades das faltas e defeitos observadas, conforme o disposto neste Contrato, admitida participação de terceiros, para assisti-lo e subsidiá-lo de informações pertinentes a essa atribuição.

PARÁGRAFO PRIMEIRO: A **CONTRATADA** será notificada por escrito da ocorrência de eventuais imperfeições no curso da execução dos serviços, fixando prazo para a sua correção e aplicar as sanções administrativas, quando se fizerem necessárias.

PARÁGRAFO SEGUNDO – O servidor designado será responsabilizado por quaisquer atos omissivos ou comissivos praticados no desempenho de suas funções em desacordo com a legislação ou aos termos e Cláusulas do presente Contrato, sujeitando-se às sanções previstas na referida Lei e nos regulamentos próprios, sem prejuízo das responsabilidades administrativa, civil e criminal que por culpa ou dolo tenha dado causa.

PARÁGRAFO TERCEIRO – O servidor designado deverá tomar ciência de sua incumbência de fiscalização e acompanhamento contratual mediante Termo específico, no qual informará sua anuência com sua responsabilização administrativa, civil e criminal no caso das infrações mencionadas no Parágrafo anterior.



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

PARÁGRAFO QUARTO – O servidor designado deverá anotar em livro próprio os acontecimentos considerados relevantes, bem como as providências tomadas para sanar as falhas identificadas, ou ainda, a recusa da licitante vencedora em saná-las no prazo de no prazo de até 5 (cinco) dias úteis.

DAS ALTERAÇÕES

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA: As alterações porventura necessárias ao fiel cumprimento do objeto deste Contrato serão efetivadas na forma e condições do art. 65 da Lei nº. 8.666/1993, formalizadas previamente por termo aditivo, que passará a integrar este Contrato.

DAS SANÇÕES

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA: Pela inexecução total ou parcial das obrigações assumidas, o fornecedor, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal, assegurado o contraditório e a ampla defesa, ficará sujeito às seguintes penalidades:

I) advertência.

II) multa de:

a) 0,5 % (cinco décimos por cento) ao dia sobre o valor constante da nota de empenho, no caso de atraso injustificado no fornecimento do objeto licitado, limitada a incidência a 30 (trinta) dias, podendo ocorrer a não- aceitação do objeto após o trigésimo dia e a critério da **Contratante**, de forma a configurar, nessa hipótese, inexecução total da obrigação assumida, sem prejuízo da rescisão unilateral da avença;

b) 20,0 % (vinte por cento) sobre o valor constante da nota de empenho, no caso de atraso por período superior ao previsto na alínea “a”, ou de inexecução parcial da obrigação assumida;

c) 30,0 % (trinta por cento) sobre o valor constante da nota de empenho, em caso de inexecução total da obrigação assumida;

III) suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração Municipal, por prazo não superior a 2 (dois) anos.

IV) declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, acarretando o cancelamento da inscrição do Certificado de Habilidade de Firms, no Setor de Cadastro de Fornecedores da Secretaria de Planejamento, Gestão e transformação Digital do Município do Recife.

PARÁGRAFO PRIMEIRO - O valor da multa, aplicada após o regular processo administrativo, será descontado de pagamentos eventualmente devidos pelo CONTRATANTE ao fornecedor ou cobrado judicialmente.

PARÁGRAFO SEGUNDO - As sanções previstas nos incisos I, III e IV desta Cláusula poderão ser aplicadas, cumulativamente ou não, à pena de multa.

PARÁGRAFO TERCEIRO - As sanções previstas nos incisos III e IV desta Cláusula também poderão ser aplicadas ao fornecedor que tenha sofrido condenação definitiva por fraudar recolhimento de tributos, praticar ato ilícito visando frustrar os objetivos da licitação ou demonstrar não possuir idoneidade para contratar com a Administração.

PARÁGRAFO QUARTO - A CONTRATADA ficará impedida de licitar e de contratar com o CONTRATANTE, e será descredenciado do Cadastro de Fornecedores do Município-SICREF, pelo prazo de até 05 (cinco) anos, sem prejuízo das multas previstas em edital e no Contrato e das demais cominações legais, quando:

- I) convocado dentro do prazo de validade de sua proposta não celebrar o contrato;
- II) deixar de entregar ou apresentar documentação falsa exigida para o certame;
- III) ensejar o retardamento da execução de seu objeto;



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

- IV) não mantiver a proposta;
- V) falhar ou fraudar na execução do contrato;
- VI) comportar-se de modo inidôneo;

- a) Considera-se comportamento inidôneo, entre outros, a declaração falsa quanto às condições de participação, quanto ao enquadramento como ME/EPP/ MEI, o cometimento de crime fiscal ou o conluio entre os licitantes, em qualquer momento da licitação, mesmo após o encerramento da fase de lances.

PARÁGRAFO QUINTO - Com referência à sanção de que trata o inciso II da desta cláusula, decorrido o prazo de defesa sem que o fornecedor se pronuncie ou se for considerada procedente a multa, o mesmo será notificado a recolher ao erário municipal o valor devido, no prazo de 03 (três) dias úteis, a contar da notificação pela autoridade competente.

PARÁGRAFO SEXTO - Uma vez recolhida a multa de que trata esta cláusula, e na hipótese de vir o fornecedor a lograr êxito em recurso que apresentar, o CONTRATANTE devolverá a quantia recolhida, no prazo de 05 (cinco) dias úteis.

DA RESCISÃO

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA: O inadimplemento de cláusula estabelecida neste contrato, por parte do fornecedor, assegurará ao CONTRATANTE o direito de rescindi-lo, mediante notificação, com prova de recebimento.

CLÁUSULA DÉCIMA NONA: Além de outras hipóteses expressamente previstas no artigo 78 da Lei nº 8.666/1993, constituem motivos para a rescisão da contratação:

I) Atraso injustificado do serviço, bem como a sua paralisação sem justa causa e prévia comunicação ao CONTRATANTE;

II) O cometimento reiterado de falhas comprovadas por meio de registro próprio efetuado pelo representante do CONTRATANTE.

PARÁGRAFO ÚNICO - Nos casos em que o(a) CONTRATADO(A) sofrer processos de fusão, cisão ou incorporação, será admitida a continuação desta contratação desde que a execução do contrato não seja afetada e que o fornecedor mantenha as condições de habilitação.

CLÁUSULA VIGÉSIMA: Ao CONTRATANTE, é reconhecido o direito de rescisão administrativa, nos termos do artigo 79, inciso I, da Lei nº 8.666/1993, aplicando-se, no que couber, as disposições dos parágrafos primeiro e segundo do mesmo artigo, bem como as do art. 80.

DA PREVENÇÃO E COMBATE À FRAUDE E CORRUPÇÃO

CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA: O(a) contratado(a) autoriza o acesso irrestrito da Administração às contas, registros e demais documentos relacionados à apresentação da proposta e à execução do contrato, nos termos da Lei Municipal nº 17.765/2012.

PARÁGRAFO ÚNICO - As informações obtidas em conformidade ao disposto nesta cláusula serão utilizadas apenas para fins de fiscalização acerca da regular execução contratual, vedada sua divulgação para qualquer outro fim.



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

DOS DIREITOS AUTORAIS

CLÁUSULA VIGÉSIMA SEGUNDA: Quanto aos DIREITOS AUTORAIS, serão observadas as seguintes disposições:

- a. AS CONTRATADAS cedem à CONTRATANTE, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso de ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças (material gráfico, eletrônico e multimídia), softwares, CDs, composições, arranjos, execução de trilha sonora e jingles, animação, pantomima, publicações editoriais e quaisquer outras modalidades de publicidade existentes ou que venham a ser inventadas de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste contrato.
- b. A cessão de que trata a alínea anterior “a)” será por tempo indeterminado, ficando vedada às CONTRATADAS a cobrança de qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato.
- c. A CONTRATANTE poderá, a seu critério, utilizar os direitos cedidos, diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato, ou após o prazo de vigência, inclusive em caso de rescisão, não cabendo à CONTRATADA qualquer espécie de remuneração.
- d. A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades **da Prefeitura do Recife**, sem que caiba a eles ou à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.
- e. Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.
- f. Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, as CONTRATADAS solicitarão dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.
- g. AS CONTRATADAS utilizarão os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nas alíneas seguintes h) e i).
- h. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.
- i. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

DA LICITAÇÃO

CLÁUSULA VIGÉSIMA TERCEIRA: O presente instrumento contratual é decorrente do Processo Licitatório nº [informe nº/ano], Concorrência nº [informe nº/ano], homologado pela Autoridade Competente, em [dia] de [mês] de [ano].

DOS DOCUMENTOS

CLÁUSULA VIGÉSIMA QUARTA: Fazem parte integrante deste Contrato, independente de transcrição os seguintes documentos, devidamente rubricados pelas partes:

- I. Projeto Básico – Anexo I do Edital
- II. Proposta licitatória
- III. [Elencar outros documentos do processo]

DO FORO

CLÁUSULA VIGÉSIMA QUINTA: Fica desde já, declarado pelas partes, o Foro da Comarca do Recife, Capital do Estado de Pernambuco, para dirimir as dúvidas ou questões suscitadas na execução deste Contrato.

E, por estarem de pleno acordo, firmam as partes o presente instrumento em 04 (quatro) vias de igual teor e forma, para único efeito de direito, na presença de 02 (duas) testemunhas que a tudo assistiram e subscrevem, ficando registrado em livro próprio da Procuradoria Geral do Município.

Recife, [dia] de [mês] de [ano].

[Nome do titular da pasta]

[Nome do representante]

[Nome do órgão contratante]

[Nome da empresa]

TESTEMUNHAS:

1. _____ 2. _____

CPF/MF nº. _____ CPF/MF nº. _____



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

ANEXO III

MODELO DE PROCURAÇÃO

OUTORGANTE: Qualificação (nome/razão social, endereço etc.)

OUTORGADO: (Representante devidamente qualificado)

OBJETO: Representar a Outorgante na CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2021, promovida pela Prefeitura do Recife, através de sua Comissão Permanente de Compras Corporativas.

PODERES:

Apresentar documentação e propostas, participar de sessões públicas de abertura de documentação de habilitação e de propostas, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

[Local], [dia] de [mês] de [ano].

[Nome e cargo do representante]

[Nome da empresa]



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

ANEXO IV

MODELO DE DECLARAÇÕES DO LICITANTE

À
PREFEITURA DO RECIFE
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS

Ref: **Processo Licitatório xxx/2023 – Concorrência xxx/2023 CPLCC**

[*Nome da empresa*], inscrito no CNPJ [*Número*], com endereço na [*Informe endereço*] por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a) [*Nome do representante*], portador(a) da Carteira de Identidade [*Número*] e do CPF [*Número*], **DECLARA:**

- a) Para fins do disposto no inciso V do art. 27 da Lei Federal nº. 8.666, de 21 de junho de 1993, acrescido pela Lei nº. 9.854, de 27 de outubro de 1999, em conformidade com o previsto no inciso XXXIII, do art. 7º, da Constituição Federal/88, que não possui em seu quadro de pessoal empregado(s) menor(es) de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e de 16 (dezesesseis) anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir dos 14 (quatorze) anos.
- b) Que cumpre plenamente os requisitos de habilitação, ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.
- c) Que inexistente qualquer fato impeditivo à sua participação, que não foi declarada(o) inidônea(o) e não está impedida(o) de contratar com o Poder Público de qualquer esfera, ou suspensa(o) de contratar com a Administração, e que se compromete a comunicar ocorrência de fatos supervenientes.

[*Para for ME ou EPP, se for o caso*]: Informamos que há restrição na comprovação da regularidade fiscal desta microempresa/empresa de pequeno porte, ficando a empresa sujeita às disposições do art. 43 da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2007 (OBS: APENAS PARA AS MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE, QUE TENHAM RESTRIÇÃO NA REGULARIDADE FISCAL)

[*Local*], [*dia*] de [*mês*] de [*ano*].

[*Nome do representante*]
[*Nome da empresa*]



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

ANEXO V

MODELO DE DECLARAÇÃO DE ENQUADRAMENTO COMO MICROEMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE

À
PREFEITURA DO RECIFE
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS

Ref: **Processo Licitatórioxxx/2023 – Concorrência xxx/2023 CPLCC**

[*Nome da empresa*], inscrito no CNPJ [*Número*], com endereço na [*Informe endereço*] por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a) [*Nome do representante*], portador(a) da Carteira de Identidade [*Número*] e do CPF [*Número*], **DECLARA**, sob as penas da lei, que está enquadrada como MICROEMPRESA/EMPRESA DE PEQUENO PORTE, nos termos dos incisos I e II do art. 3º da Lei Complementar nº 123 de 14 de dezembro de 2006, e não tem nenhum dos impedimentos do §4º do mesmo artigo, ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

[*Local*], [*dia*] de [*mês*] de [*ano*].

[*Nome do representante*]
[*Nome da empresa*]



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

ANEXO VI

MODELO DE DECLARAÇÃO DE ENQUADRAMENTO COMO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL

À
PREFEITURA DO RECIFE
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS

Ref: **Processo Licitatório xxx/2023 – Concorrência xxx/2023 CPLCC**

[*Nome da empresa*], inscrito no CNPJ [*Número*], com endereço na [*Informe endereço*] por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a) [*Nome do representante*], portador(a) da Carteira de Identidade [*Número*] e do CPF [*Número*], **DECLARA**, sob as penas da lei, que está enquadrado como MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL, nos termos do art. 966, da Lei no 10.406/2002 (Código Civil), ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

[*Local*], [*dia*] de [*mês*] de [*ano*].

[*Nome do representante*]
[*Nome da empresa*]



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

ANEXO VII

MODELO DE DECLARAÇÃO DE PROPOSTA DE PREÇOS E VALORAÇÃO

À
PREFEITURA DO RECIFE
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS

Ref: **Processo Licitatório xxx/2023 – Concorrência xxx/2023 CPLCC**

OBJETO: Serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda para atender demandas de campanhas publicidade institucional, conforme projeto básico da Concorrência 002/2018 CPLCC.

[*Nome da empresa*], inscrito no CNPJ [*Número*], com endereço na [*Informe endereço*] por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a) [*Nome do representante*], portador(a) da Carteira de Identidade [*Número*] e do CPF [*Número*], apresenta a proposta abaixo:

1. Remuneração proposta:

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

- a) percentual de **desconto** a ser concedido à Prefeitura da Cidade do Recife, sobre os **CUSTOS INTERNOS**, baseados na tabela de preços do SINAPRO/PE - Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco:_% (por extenso); (**Percentual mínimo de 30%**)
- b) **honorários** (em percentual) a serem cobrados da Prefeitura da Cidade do Recife, incidente sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada, referentes à peça e/ou material cuja distribuição não proporcione ao licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:_% (por extenso). (**Percentual máximo de 4,5%**).
 - b.1) honorários de 1,5% (um e meio por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes:
 - I. a cachê e a direito de autor e conexos, na sua utilização ou reutilização em peça ou material publicitário, exclusivamente quando a distribuição da peça ou material não proporcionar à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação;
 - II. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação publicitária, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste;
 - III. à reimpressão ou reedição de serviços gráficos.



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

2. Declaro que a proponente reverterá à Prefeitura da Cidade do Recife 1/4 (um quarto) do DESCONTO-PADRÃO DE AGÊNCIA a que fizer jus, calculado sobre o valor de cada veiculação.

3. Outras declarações da proponente:

- a. Comprometo-me a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à Secretaria de Turismo, Esporte e Lazer da Prefeitura do Recife as vantagens obtidas;
- b. informo estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Minuta do Contrato
- c. O preço proposto será 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.
- d. Comprometo-me a repassar à Prefeitura do Recife todas as vantagens (pecuniárias ou não) obtidas nas negociações de preço com os veículos de comunicação e demais fornecedores e prestadores de serviços.
- e. Afirmando que, nos preços propostos, estão inclusas todas as despesas com materiais, mão-de-obra e respectivos encargos sociais, tributários, seguros, transportes e demais despesas necessárias à execução dos serviços objeto desta licitação, inclusive cessão de direitos autorais. Na ausência dessa declaração, serão consideradas inclusas todas as despesas mencionadas neste subitem.
- f. Comprometo-me a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes, inclusos nesses orçamentos.

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

5. Prazo de validade da proposta: mínimo de **90 (noventa) dias** contados da data da entrega dos envelopes à Comissão Permanente de Licitação.

[Local], [dia] de [mês] de [ano].

[Nome do representante]

[Nome da empresa]

SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL



SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

VALORES REFERENCIAIS DE CUSTOS INTERNOS DAS AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA

		TOTAL
I	Comunicação Estratégica	
1.1	Planejamento Estratégico de Marca / Posicionamento	RS 68.590,00
1.2	Planejamento de Comunicação / Ações (anual)	RS 58.790,00
1.3	Planejamento de campanha	RS 48.780,00
1.4	Planejamento de Convenção / Evento / Promoção Comercial	RS 44.840,00
1.5	Planejamento de Ativação (pequeno porte)	RS 20.500,00
1.6	Planejamento de Ativação (médio porte)	RS 32.320,00
1.7	Planejamento de Ativação (grande porte)	RS 38.450,00
1.8	Planejamento Digital	RS 38.450,00
1.9	Planejamento de Mídia para Campanhas Digitais	RS 19.170,00
1.10	Planejamento (hora)	RS 1.920,00
1.11	Planejamento de Marketing Político	A DEFINIR
1.12	KV / Conceito de Campanha / Peça-Conceito	RS 20.870,00

MÍDIA IMPRESSA

	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL	
3	Anúncio Jornal			
3.1	Anúncio Mínimo / Rodapé Especial / Selo	RS 1.280,00	RS 850,00	RS 2.130,00
3.2	1/4 de página ou 1/3 da página	RS 1.760,00	RS 1.170,00	RS 2.930,00
3.3	1/2 de página	RS 3.190,00	RS 2.130,00	RS 5.320,00
3.4	Rebua página	RS 4.150,00	RS 2.770,00	RS 6.920,00
3.5	1 página	RS 5.110,00	RS 3.410,00	RS 8.520,00
3.6	Página dupla	RS 7.670,00	RS 5.110,00	RS 12.780,00
3	Anúncio Revistas			
3.1	Anúncio Mínimo / Rodapé Especial / Selo	RS 1.150,00	RS 770,00	RS 1.920,00
3.2	1/4 de página	RS 1.380,00	RS 910,00	RS 2.290,00
3.3	1/3 de página	RS 1.880,00	RS 1.220,00	RS 3.080,00
3.4	1/2 de página	RS 2.110,00	RS 1.410,00	RS 3.520,00
3.5	1 página	RS 4.150,00	RS 2.770,00	RS 6.920,00
3.6	Página dupla	RS 5.210,00	RS 3.470,00	RS 8.680,00
3	Anúncio Legal (Atas / Balanços / Editais)			
3.1	Até 1/4 de página	RS 1.280,00	RS 850,00	RS 2.130,00
3.2	De 1/4 até 1/2 de página	RS 2.110,00	RS 1.410,00	RS 3.520,00
3.3	De 1/2 até 1 página	RS 2.620,00	RS 1.750,00	RS 4.370,00
3.4	Página dupla	RS 5.110,00	RS 3.410,00	RS 8.520,00
4	OOH - Mídia Exterior			
4.1	Backbus	RS 3.960,00	RS 2.640,00	RS 6.600,00
4.2	Empena	RS 5.000,00	RS 3.300,00	RS 8.300,00
4.3	Faixa de Rua	RS 890,00	RS 600,00	RS 1.490,00
4.4	Outdoor/Frontlight/Backlight Panel Rodoviário - Simples	RS 4.880,00	RS 3.240,00	RS 8.100,00
4.5	Outdoor/Frontlight/Backlight Panel Rodoviário - Projetos Especiais	RS 6.280,00	RS 4.150,00	RS 10.430,00
4.6	Mobiliário urbano por peça (não relacionados na tabela)	RS 2.550,00	RS 1.700,00	RS 4.250,00
4.7	Outbus / Busdoor / Taxidoor	RS 2.750,00	RS 1.830,00	RS 4.580,00
4	OOH - Mídia Indoor (shopping, restaurantes, academia, aeroporto, supermercado etc.)			
4.1	Adesivos indoor: colunas, chão, elevador, mesa, escada rolante, tapume	RS 2.690,00	RS 1.790,00	RS 4.480,00
4.2	Cancela de estacionamento	RS 2.450,00	RS 1.650,00	RS 4.100,00
4.3	Peças de Mall: placas, display, cartaz, banner (formato-padrão)	RS 2.530,00	RS 1.680,00	RS 4.210,00
5	Rádio / Áudio			
5.1	Spot até 30"		RS 5.110,00	
5.2	Spot acima de 30"		RS 6.920,00	
5.3	Jingle 30"		RS 6.920,00	
5.4	Jingle Acima de 30" (até 90")		RS 8.520,00	
5.5	Vinhetas Eletrônicas		RS 3.990,00	
5.6	Roteiro Testemunhal/Carro de Som		RS 4.330,00	
5.7	Espera Telefônica (custo do minuto)		RS 2.080,00	
5.8	Texto para Cartela Eletrônica (miolo de ofertas)		RS 2.980,00	
6	Televisão / Vídeo			
6.1	Assinatura / Vinheta Eletrônica (até 7")		RS 5.000,00	
6.2	Filme/TV Institucional até 15"		RS 8.520,00	
6.3	Filme/TV Institucional 30"		RS 12.990,00	
6.4	Filme/TV Institucional 60"		RS 14.480,00	
6.5	Filme/TV Varejo 15"		RS 4.210,00	
6.6	Filme/TV Varejo 30"		RS 6.880,00	
6.7	Miolo de Ofertas		RS 3.750,00	
6.8	StoryBoard (por quadro) / cartela		RS 520,00	
6.9	Audiovisual/Documentário (custo por minuto)		RS 4.100,00	
6.10	Roteiro Testemunhal/Merchandising		RS 4.330,00	

MÍDIA ELETRÔNICA

		TOTAL		
3	Anúncio Jornal			
3.1	Anúncio Mínimo / Rodapé Especial / Selo	RS 1.280,00	RS 850,00	RS 2.130,00
3.2	1/4 de página ou 1/3 da página	RS 1.760,00	RS 1.170,00	RS 2.930,00
3.3	1/2 de página	RS 3.190,00	RS 2.130,00	RS 5.320,00
3.4	Rebua página	RS 4.150,00	RS 2.770,00	RS 6.920,00
3.5	1 página	RS 5.110,00	RS 3.410,00	RS 8.520,00
3.6	Página dupla	RS 7.670,00	RS 5.110,00	RS 12.780,00
3	Anúncio Revistas			
3.1	Anúncio Mínimo / Rodapé Especial / Selo	RS 1.150,00	RS 770,00	RS 1.920,00
3.2	1/4 de página	RS 1.380,00	RS 910,00	RS 2.290,00
3.3	1/3 de página	RS 1.880,00	RS 1.220,00	RS 3.080,00
3.4	1/2 de página	RS 2.110,00	RS 1.410,00	RS 3.520,00
3.5	1 página	RS 4.150,00	RS 2.770,00	RS 6.920,00
3.6	Página dupla	RS 5.210,00	RS 3.470,00	RS 8.680,00
3	Anúncio Legal (Atas / Balanços / Editais)			
3.1	Até 1/4 de página	RS 1.280,00	RS 850,00	RS 2.130,00
3.2	De 1/4 até 1/2 de página	RS 2.110,00	RS 1.410,00	RS 3.520,00
3.3	De 1/2 até 1 página	RS 2.620,00	RS 1.750,00	RS 4.370,00
3.4	Página dupla	RS 5.110,00	RS 3.410,00	RS 8.520,00
3	Anúncio Revistas			
3.1	Anúncio Mínimo / Rodapé Especial / Selo	RS 1.150,00	RS 770,00	RS 1.920,00
3.2	1/4 de página	RS 1.380,00	RS 910,00	RS 2.290,00
3.3	1/3 de página	RS 1.880,00	RS 1.220,00	RS 3.080,00
3.4	1/2 de página	RS 2.110,00	RS 1.410,00	RS 3.520,00
3.5	1 página	RS 4.150,00	RS 2.770,00	RS 6.920,00
3.6	Página dupla	RS 5.210,00	RS 3.470,00	RS 8.680,00
3	Anúncio Legal (Atas / Balanços / Editais)			
3.1	Até 1/4 de página	RS 1.280,00	RS 850,00	RS 2.130,00
3.2	De 1/4 até 1/2 de página	RS 2.110,00	RS 1.410,00	RS 3.520,00
3.3	De 1/2 até 1 página	RS 2.620,00	RS 1.750,00	RS 4.370,00
3.4	Página dupla	RS 5.110,00	RS 3.410,00	RS 8.520,00

PRODUÇÃO GRÁFICA

	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL	
9	Formatos			
9.1	Cartaz A4	RS 1.280,00	RS 850,00	RS 2.130,00
9.2	Cartaz A3	RS 1.540,00	RS 1.010,00	RS 2.550,00
9.3	Cartaz com grandes formatos (maior que A3)	RS 1.920,00	RS 1.280,00	RS 3.200,00
9.4	Dieta para jornal ou revista	RS 2.000,00	RS 1.600,00	RS 4.000,00
9.5	Capom	RS 1.240,00	RS 820,00	RS 2.060,00
9.6	Ficha de inscrição / Questionário / Formulário para preenchimento	RS 1.240,00	RS 820,00	RS 2.060,00
9.7	Folheto por página	RS 1.410,00	RS 940,00	RS 2.350,00
9.8	Mala dieta Projeto Especial			A DEFINIR
9.9	Mala dieta simples	RS 3.620,00	RS 2.400,00	RS 6.020,00
9.10	Panfletos / Volante	RS 1.280,00	RS 850,00	RS 2.130,00
9.11	Tablete / Catálogos / Jornais / Relatórios / Cardápios / Cartilhas / Slides / Menuais / Brochurão			
9.12	Projeto Gráfico	RS 5.910,00	RS 3.940,00	RS 9.850,00
9.13	Desenvolvimento por página	RS 610,00	RS 400,00	RS 1.010,00

DBS: Revisão ortográfica com até 4 laudas inclusa nos valores de custo interno de finalização.

IMPORTANTE - Os valores aqui relacionados não contemplam custos com produção, impressão, edição, acido, tinta, direção, iluminação, editais especiais, cópias, catêdes e peças operacionais, com postais, arranjo, foto, ilustração especial ou criação de imagens, entre outros serviços de terceiros, os quais deverão ser exigidos explicitamente para cada trabalho. Os aspectos técnicos da produção de cada item deverão levar em consideração o envolvimento físico das prestadoras de serviços em questão. * Todos os preços previstos nesta tabela têm como base a peça mais simples. Portanto, qualquer peça contendo especial deverá ter negociação prévia. - Os custos não previstos nos itens desta tabela poderão ser analisados caso a caso.

SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

IDENTIDADE VISUAL

				TOTAL
11	Identidade Visual/ Branding			
11.1	Marca Empresa (com até 5 aplicações)			RS 38.450,00
11.2	Marca Pequena/Micro Empresa (com até 5 aplicações)			RS 23.110,00
11.3	Marca / Logotipo de produto			RS 23.110,00
11.4	Marca / Logotipo de empreendimento imobiliário			RS 15.340,00
11.5	Marca / Logotipo de evento			RS 15.340,00
11.6	Marcas com criação de nome será acrescentado 60% do valor de criação ao valor de criação acima			
11.7	Selo / Símbolo/ Emblema			RS 8.520,00
11.8	Slogan			RS 10.970,00
12	Os valores de marca contemplam a criação da marca e suas versões básicas. Projetos de identidade visual com mais de cinco aplicações deverão ser orçados de acordo com o projeto.	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
12.1	Rótulo	RS 10.540,00	RS 7.030,00	RS 17.570,00
12.2	Cartão de visita	RS 1.080,00	RS 1.130,00	RS 2.210,00
12.3	Envelope / Pasta	RS 1.080,00	RS 1.130,00	RS 2.210,00
12.4	Timbrado/ Bloco / Post It/ Caderno	RS 1.080,00	RS 1.130,00	RS 2.210,00
12.5	Assinatura para e-mail			RS 1.520,00
12.6	Embalagem (padrão já existente no mercado)	RS 10.860,00	RS 7.240,00	RS 18.100,00
12.7	Uniforme (cada)	RS 1.700,00	RS 1.170,00	RS 2.930,00

PROMOCIONAL

	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL	
13	Diversos			
13.1	Aplicação de marca em modelo existente		RS 1.180,00	
13.2	Desenvolvimento de brindes especiais		A DEFINIR	
13.3	Embalagem diferenciada para brinde		A DEFINIR	
13.4	Orta / adesivo para embalagem de brinde existente	RS 2.300,00	RS 1.530,00	RS 3.830,00
13.5	Abanador / Leque	RS 2.620,00	RS 1.750,00	RS 4.370,00
13.6	Adesivos Diversos	RS 2.400,00	RS 1.600,00	RS 4.000,00
13.7	Backdrop	RS 1.470,00	RS 980,00	RS 2.450,00
13.8	Bandeira / Râmula/ Pinúto para ação promocional/ Wind Banner	RS 1.380,00	RS 930,00	RS 2.310,00
13.9	Bandeirola (por face)	RS 1.380,00	RS 930,00	RS 2.310,00
13.10	Banner / Galhamete	RS 1.470,00	RS 980,00	RS 2.450,00
13.11	Blimps/Infláveis	RS 1.470,00	RS 980,00	RS 2.450,00
13.12	Bolsa / sacola / necessaire	RS 2.670,00	RS 1.780,00	RS 4.450,00
13.13	Bonê/ viseira / chapéu	RS 1.820,00	RS 1.210,00	RS 3.030,00
13.14	Boton / imã	RS 1.380,00	RS 930,00	RS 2.310,00
13.15	Calendário (por lâmina)	RS 2.080,00	RS 1.380,00	RS 3.460,00
13.16	Camiseta com Estampa / Artesvisual	RS 1.380,00	RS 930,00	RS 2.310,00
13.17	Caneca / Copo / Squeeze	RS 1.380,00	RS 930,00	RS 2.310,00
13.18	Cartão comemorativo/ postal	RS 2.180,00	RS 1.440,00	RS 3.620,00
13.19	Convite / ingresso	RS 2.080,00	RS 1.380,00	RS 3.460,00
13.20	Crachá	RS 1.380,00	RS 930,00	RS 2.310,00
13.21	Diploma / Certificado	RS 1.540,00	RS 1.030,00	RS 2.570,00
13.22	Display	RS 2.620,00	RS 1.750,00	RS 4.370,00
13.23	Expositor de Produto	RS 4.860,00	RS 3.240,00	RS 8.100,00
13.24	Fundo de palco	RS 1.880,00	RS 1.330,00	RS 3.210,00
13.25	Jogo Americano	RS 2.520,00	RS 1.680,00	RS 4.200,00
13.26	Móvel (por face)	RS 2.620,00	RS 1.750,00	RS 4.370,00
13.27	Mouse pad	RS 2.110,00	RS 1.410,00	RS 3.520,00
13.28	Papel forração/ Bandô	RS 2.460,00	RS 1.640,00	RS 4.100,00
13.29	Placa comemorativa / Troféu / Medalha	RS 1.540,00	RS 1.030,00	RS 2.570,00
13.30	Stopper	RS 2.620,00	RS 1.750,00	RS 4.370,00
13.31	Tag	RS 1.380,00	RS 930,00	RS 2.310,00
13.32	Testeiras de Gôndola	RS 2.620,00	RS 1.750,00	RS 4.370,00
13.33	Testeira/ Aplique/ Drelha para computador	RS 2.240,00	RS 1.490,00	RS 3.730,00
13.34	Totem	RS 3.510,00	RS 2.340,00	RS 5.850,00
13.35	Woolbler	RS 2.620,00	RS 1.750,00	RS 4.370,00

SINALIZAÇÃO

	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL	
14	Diversos			
14.1	Fachada		RS 8.670,00	
14.2	Projeto Sinalização Interna (sem finalização de peças)		RS 9.960,00	
14.3	Sinalização Interna (por peça, somando o projeto)		RS 380,00	
14.4	Sinalização de veículos (grande porte)		RS 6.790,00	
14.5	Sinalização de veículos (médio porte)		RS 4.330,00	
14.6	Sinalização de veículos (pequeno porte)		RS 2.820,00	
14.7	Sinalização de estande de feira		A DEFINIR	
14.8	Placa de sinalização / Placa indicativa	RS 2.300,00	RS 1.530,00	RS 3.830,00
14.9	Placa de obra / Placa técnica	RS 1.980,00	RS 1.320,00	RS 3.300,00
14.11	Tapume	RS 3.830,00	RS 2.580,00	RS 6.380,00

DIGITAL

	TOTAL	
15	Digital - Páginas Web	
15.1	Site (Planejamento, UX, Direção de Arte e Redação). Programação orçada à parte de acordo com a complexidade do projeto.	RS 34.300,00
15.2	Hotate	RS 31.300,00
15.3	Landing Page	RS 6.800,00
16	Digital - Anúncios Web	
16.1	Formato Estático de até 900 x 900px	RS 2.130,00
16.2	Formato Animado de até 900 x 900px	RS 2.990,00
16.3	Formato RichMedia de até 900 x 900px	RS 5.270,00
16.4	Roteiro BumperAd	RS 4.150,00
16.5	Link Patrocinado	RS 1.920,00
16.6	Links Patrocinados (Gestão de Campanha)	RS 7.140,00
17	Digital - Redes Sociais	
17.1	Post Estático (Por Rede Social)	RS 1.170,00
17.2	Post Animado (Por Rede Social)	RS 1.480,00
17.3	Carrossel (até 5 slides)	RS 3.730,00
17.4	Filtro Personalizado	RS 3.410,00
17.5	Cobertura (por hora)	RS 750,00
17.7	Análise de Presença (Diagnóstico)	RS 6.710,00
18	Personalização (caps, perfil, background)	RS 2.560,00
19	Gerenciamento, Produção de Conteúdos e Interação	SOB CONSULTA
20	Digital - SEO	
20.1	Diagnóstico	RS 1.280,00
20.2	Gestão Mensal	RS 5.960,00
21	Digital - Mobile	
21.1	Criação e Planejamento de aplicativo	A DEFINIR
21.2	Desenvolvimento	A DEFINIR
22	Digital - Diversos	
22.1	E-mail Marketing	RS 2.660,00
22.2	Newsletter (sem elaboração de conteúdo)	RS 1.990,00
22.3	Newsletter (com elaboração de conteúdo)	RS 3.510,00
22.4	WhatsApp (card sem animação)	RS 1.170,00
22.5	WhatsApp (card com animação)	RS 1.990,00
22.6	Sticker / Figurinha	RS 930,00

COMPLEMENTARES

	TOTAL	
23	Diversos	
23.1	Acompanhamento e/ou assessoria (hora)	RS 770,00
23.2	Tratamento de imagens simples (hora)	RS 450,00
23.3	Vetorização de logomarca	RS 800,00
23.4	Ilustração / Mascotes / Charges	A DEFINIR
23.5	Infográfico	RS 5.170,00
23.6	Mapa de localização simples	RS 340,00
23.7	Peça adaptada ou derivada de original	50% do valor
23.8	Refação	30% do valor

SECRETARIA DE GOVERNO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

LEI Nº 4.689/05

Art. 3º - Agência de Propaganda é Pessoa Jurídica especializada no arte e técnicas publicitárias que, através de meios gráficos, eletrônicos, manuseio, montagem e distribuição através dos Veículos de Divulgação, por ordem e conta do Anunciante-Associado, com o objetivo de promover a venda de produtos e serviços, difundir ideias, marcas ou informar a público a respeito de organizações ou instituições educacionais a serviço deste mesmo público.

Art. 4º - São Veículos de Divulgação, para os efeitos desta Lei, qualquer meio de comunicação via qual seja, capazes de transmitir mensagens de propaganda ao público, desde que reconhecidos pelos editores e órgãos de classe, assim considerados associações civis locais e regionais de propaganda, bem como os indicados de publicações.

Art. 5º - Compreende-se por propaganda qualquer forma remunerada de difusão de ideias, mercadorias ou serviços por parte de um anunciante público ou privado identificado.

DECRETO Nº 57.657/06

Art. 7º - Os serviços de propaganda serão prestados pela Agência mediante contratação verbal ou escrita de honorários e reembolso das despesas previamente autorizadas, observadas as normas-padrão de publicidade brasileira.

Art. 9º - Nas relações entre a Agência e o Cliente serão observadas as seguintes condições básicas:

- Para retidão ou suspensão da propaganda, a parte interessada avisará o outro de seu propósito, com antecedência mínima de 60 (sessenta) dias, sob pena de responder por perdas e danos.
- A mídia utilizada na propaganda é reservadamente da Agência, não podendo ser explorada por outros meios que aqueles, para exploração, recoba a remuneração justa, reservado o direito no art. 454 da Constituição das Leis do Trabalho.

Art. 11 - O Veículo de Divulgação ficará em Tabela e contrato devendo aos agentes, bem como o desconto atribuído à Agência de Propaganda.

Parágrafo 1º - Contrato é a retroação pelo Veículo de Divulgação do trabalho profissional do Agente de Propaganda, sendo vitalício a sua transferência, mesmo parcial, para o anunciante.

Parágrafo 2º - Desconto é o abatimento concedido pelo Veículo de Divulgação como retidão à Agência de Propaganda que dele não poderá retirar-se para realizar os seus próprios trabalhos.

Parágrafo 3º - Restorno contínuo ou descontos será concedido sobre a propaganda encaminhada diretamente ao Veículo de Divulgação por qualquer Pessoa Física ou Jurídica que não se desligue como Agente de Propaganda ou Agência, de acordo com o presente Regulamento.

Art. 12 - Ao Veículo de Divulgação não será permitido descontar da remuneração do Agente de Propaganda, mesmo parcialmente, e também não liquidados por Anunciante, desde que a propaganda tenha sido formalmente aceita por sua direção comercial.

Art. 13 - O faturamento da divulgação será feito em nome do Anunciante, devendo o Veículo de Divulgação remeter-lhe à Agência responsável pela propaganda para cobrança.

DECRETO Nº 4.832/2002

O art. 17 do Decreto nº 57.880/06, passa a vigorar com a seguinte redação: Os serviços de Propaganda serão prestados pela Agência mediante contratação de honorários e reembolso das despesas previamente autorizadas, tendo como referência o que estabelece os itens 3.4 a 3.6, 3.8, 3.9 e 3.11, e seus respectivos subitens, das Normas-Padrão editadas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), com as alterações constantes das atas de reunião de seu Conselho, de 11 de fevereiro, 29 de março e 31 de julho do ano de 2002, devidamente registradas em cartório.

NORMAS-PADRÃO O A PRO PAGARDA ESTABELECIDAS PELO CENP

2.5.1 - Toda Agência que atenda às normas de qualidade e as técnicas pelo CENP, comprometendo-se com os custos e atividades a ela relacionadas, habilitar-se-á ao recebimento da "Certificação de Qualidade Técnica", conforme o art. 11, inciso I, alínea "F", do Decreto nº 57.650/06, e fará jus ao "desconto-padrão de agência" não inferior a 20% (vinte por cento) sobre o valor dos negócios que encaminhar ao Veículo por conta e ordem de seus Clientes.

2.7 - É facultada à Agência reverter parcela do seu "desconto-padrão de agência" em favor do respectivo Anunciante, desde que os percentuais estabelecidos nos itens 3.5 e 4.4 destas Normas-Padrão.

2.8 - É facultada, como exceção à regra do item 2.6.1, a negociação entre Agência e Anunciante dos honorários sobre os serviços e materiais externos, desde que seja expresso o investimento total a ser aplicado em publicidade pelo Anunciante através da Agência contratada, bem como que a verba de mídia seja, pelo menos, duas vezes maior que a da produção.

3.4 - Salvo acordo e expressa estipulação em contrário, a Agência deverá abastecer o custo dos serviços internos e os custos de produção regulares de montagem, montagem da circulação e controle de estoque. São custos no mercado, necessários à prestação de serviços de controle da verba do Anunciante.

3.5 - Nas transações entre Anunciante e Agência, tendo por objeto a parcela negociável do "desconto-padrão de agência", adotar-se-ão como referência de melhor prática os parâmetros contidos no ANEXO "B" das Normas-Padrão.

ANEXO "B" - SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS/BENEFÍCIOS

Instituído pelo item 4.4 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária INVESTIMENTO DE BOM FIM SOCIAL E AS PARCELAS DO INVESTIMENTO EM BOM FIM SOCIAL PROGRESSIVO DE SERVIÇOS/BENEFÍCIOS

- Até R\$ 2.500.000,00 - 0%

- De R\$ 2.500.000,01 a R\$ 7.500.000,00 - até 2% (dois por cento) do investimento bruto.

- De R\$ 7.500.000,01 a R\$ 25.000.000,00 - até 3% (três por cento) do investimento bruto.

- De R\$ 25.000.000,01 em diante - até 5% (cinco por cento) do investimento bruto.

3.6 - Todos os pedidos e serviços e apuramentos que terão o seu custo coberto pelo Cliente deverão ser adiantados ou pagos e requerido previamente e expressa autorização do Cliente para sua execução. O custo dos serviços internos, assim entendidos aqueles que são executados pelo pessoal e/ou em seu nome na própria Agência, será calculado com base em parâmetros referenciais estabelecidos pelo Sindicato da base territorial onde a Agência estiver localizada e não será arcado de honorários nem de qualquer forma externa.

3.6.1 - Os serviços e os apuramentos externos terão os seus custos cobertos junto a fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pelo Anunciante. O Cliente deverá pagar à Agência os "honorários" de 15% (quinze por cento) sobre os valores dos serviços e apuramentos contratados com quaisquer Fornecedor.

3.6.2 - Quando a responsabilidade da Agência limitar-se e exclusivamente à contratação ou ao pagamento do serviço ou apuramento, sobre o valor respectivo, o Anunciante pagará à Agência um "honorário" de, no mínimo, 30% (três por cento).

3.7 - Como alternativa à remuneração através do "desconto-padrão de agência" é facultada a contratação de serviços de Agência de Publicidade mediante "fee" ou honorários de valores fixos a serem ajustados por escrito com o Anunciante, respeitando o disposto no item 2.9 destas Normas-Padrão.

Item 2.9 - Conforme determina o art. 17, inciso I, alínea "F", do Decreto nº 57.650/06, é vedada a contratação de propaganda em condições anticompetitivas, anticoncorrentes ou que importem em concorrência desigual, podendo o CENP, diante de tais condutas, aplicar as sanções previstas no art. 61 dos seus Estatutos, bem como reprová-las a autoridade competente para a imposição das sanções previstas na legislação aplicável.

3.8.1 - O "fee" poderá ser cumulativo ou alternativo à remuneração de Agência decorrente da verificação ("desconto-padrão de agência"), de produção externa, de produção interna e de outros trabalhos eventuais e excepcionais, tais como serviços de relações públicas, assessoria de imprensa etc.

3.8.2 - Em qualquer situação de modalidade de aplicação do "fee", a Agência deverá ser remunerada em valor igual o a aproximado ao que ela receberia, caso fosse remunerada na forma do item 2.5.1, sempre de comum acordo entre as partes, com base que os serviços contratados por ela não sejam alterados no item 2.5.1, 2.5.2 e 2.5.4.

3.8.3 - Para adequação dos valores de remuneração de Agência através de "fee", como forma de evitar a fraude levada em consideração de à multa ao Anunciante pela Agência, contratando as Normas-Padrão, bem como as normas legais aplicáveis a espécie, acordar-se-á a redução, a cada 06 (seis) meses, dos valores efetivamente aplicados ao Cliente/Anunciante em publicidade, em comparação aos valores negociados inicialmente ("fee" de publicidade) e que tenham servido como parâmetro para a fixação dos valores do "fee".

3.9 - Refere-se a contratações com o setor público. Nas contratações com o setor público, os anexos de cada Poder e Esfera Administrativa serão considerados como departamentos de uso próprio, para efeito de aplicação dos dispositivos e conteúdos destas Normas-Padrão, ainda que os contratos sejam celebrados separadamente com cada órgão, autarquia, empresa, fundação, sociedade de economia mista ou outro tipo de entidade governamental.

3.11.1 - Consideram-se Esferas Administrativas distintas o Município, o Estado e a União.

3.11.2 - O disposto neste item aplica-se à: a) reversão da parcela do "desconto de agência" de que trata o item 2.7, 3.5 e 4.4; b) negociação do custo dos serviços internos de que trata o item 3.6, que poderão ser integralmente abatidos ou parcialmente; c) repartição dos honorários indicados sobre os serviços de que trata o item 3.6.1, ressalvado que os relativos honorários poderão ser integralmente abatidos/incluídos/aportados quando se tratar de ações de comunicação que sejam votadas;

d) negociação dos honorários de que trata o item 3.6.2.

4.4 - A Agência poderá reverter a seu Cliente parcela do "desconto-padrão de agência" a que lhe for jus, observadas as parâmetros contidos no ANEXO "B" - SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS/BENEFÍCIOS, os quais poderão ser modificados pelo Conselho Executivo do CENP.

PERMISSA

Consoante prevê o item 2.5.1 das Normas-Padrão, é livre a contratação de prestação de espaços, tempo ou serviços publicitários entre Veículos de Comunicação e Anunciante, diretamente ou mediante a participação da Agência de Publicidade responsável pelo contrato publicitário. Esta transação deverá respeitar as condições estabelecidas no "Anexo-Padrão" firmado entre os Veículos de Comunicação e Fornecedores junto a Agência Integradora do RFI ou Empresa afiliada Propaganda em Permissão. O respectivo contrato deverá, necessariamente, estabelecer a quem competirá retribuir a Agência, podendo este ônus recair sobre o Veículo ou sobre o Anunciante, isoladamente, ou sobre ambos, e em qual proporção. Quando o contrato for emitido a respeito, a Agência titular dos direitos autorais sobre o material a ser veiculado fará jus aos 20% "desconto-padrão de agência".

PROCEDIMENTOS BÍPICOS

Entre outros critérios bípicos fixados na Carta-Compromisso firmada por Agência filiadas ao SINAPRO e associadas à ANAP, destacam-se as regras de comportamento rec mutualizadas para manter as regras de prazo para a realização das atividades naturais e legítimas no âmbito dos negócios de prestação de serviços de publicidade, que podem ser feitas através de envio de faturas, parâmetros, cartas de aprovação etc., que informem a respeito dos vários requisitos das Agências que atuam no mercado. No entanto, é consenso de todas as Agências que atuam por um relacionamento ético entre elas que sejam respeitadas duas questões:

• Proposição: a) Não apresentar ao prospecto peças ou campanhas não solicitadas (as chamadas "campanhas exploratórias"), a não ser que o cliente em potencial solicite por escrito um determinado trabalho para avaliar o desempenho da agência; b) Não oferecer propostas de negócios que possam prejudicar o relacionamento comercial do cliente com Agência detentora da conta.

• Concorrência: a) As normas de comportamento recomendadas pelo Conselho de Bico, referem-se especialmente às concorrentes do setor privado. Quanto às concorrentes do setor público que deverão ser reguladas por Edital e convocadas no art. 17, inciso I, alínea "F", entendendo que, quando não são abrangidas as Normas-Padrão, não há que se falar em concorrência em nome privado (a) ou em concorrência; b) É desejável que as Agências contratadas para uma concorrência de setor privado sigam as regras de prazo para o nome das outras Agências envolvidas, invocando, se for oportuno, a existência de uma Carta-Compromisso entre as Agências de Publicidade, reconhecendo uma prática; c) Tratar da relação comercial após o resultado da definição bíblica, de acordo com a recomendação das entidades de representação.

• Como forma de precorrer legalmente a relação comercial entre Cliente e Agência, indica-se a formalização da relação através de contrato padrão disponibilizado por este Sindicato.

CHEQUES GERAIS

Os critérios gerais seguem rigorosamente as Normas-Padrão da Atividade Publicitária editadas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), bem como a legislação da Indústria da Propaganda, particularmente (Lei nº 4.680, de 10 de junho de 1955, e os decretos nº 57.650, de 1 de fevereiro de 1956, e nº 2.362, de 26 de junho de 1951).

CUSTOS INTERNOS

Os custos internos são cobrados conforme os valores referenciais de honorários internos da Agência de Propaganda reconhecidos pelo Sinapro.

CUSTOS EXTERNOS

São todos os custos dos serviços contratados (com fornecedores) realizados pela Agência de Propaganda, por ordem do Cliente-Anunciante, para exceção dos trabalhos e realizados sob a supervisão da Agência. Sobem em os custos indicados a seguir: a) 15% (quince por cento). Este item inclui todos os custos com impostos (exceto IPTU), encargos sociais e remessa de despesas. O "desconto-padrão de agência" é o abatimento em ordem com exclusividade pelo Veículo de Comunicação à Agência de Publicidade, a título de remuneração, pelo trabalho de produção do conteúdo e integralização bíblica entre as partes e o Anunciante, no percentual não inferior a 20% (vinte por cento).

Rembolsos de Despesas

Todos os gastos efetuados a serviço do Cliente serão previamente autorizados e efetivamente comprovados, sendo debitados pelo preço de custos, sem incidência de honorários ou comissões. Exemplos: viagens, aluguéis, transportes, alimentação, comunicação em geral, fotocópias etc. A cobrança de despesas, criação e redução de custos de materiais e outros serviços não previstos aqui é de livre acordo entre Agência e Cliente.



SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS

ANEXO II – MINUTA DO CONTRATO

Contrato de **prestação de serviços** [número/ano] que entre si celebram o MUNICÍPIO DO RECIFE e [nome da empresa] na forma abaixo.

O MUNICÍPIO DO RECIFE, entidade de direito público interno, sediado no Cais do Apolo, n.º. 925, no bairro do Recife, nesta cidade, inscrito no CNPJ/MF sob o n.º. 10.565.000/0001-92, doravante denominado CONTRATANTE, através da Secretaria de [informe secretaria], representada por seu Secretário [nome], brasileiro, [estado civil], [profissão], inscrito no CPF [número], portador da cédula de identidade n.º [informe n.º e órgão de expedição] e, do outro lado, a Empresa [nome da empresa], doravante denominado CONTRATADA, com sede à [endereço], CNPJ [número] neste ato representada por [nome], CPF [número], celebram o presente instrumento com observância estrita de suas cláusulas, que em sucessivo, mútua e reciprocamente outorgam e aceitam, de conformidade com os preceitos de direito público, além dos especificadamente previstos nas Leis Federais n.º 4.680/1965, 12.232/2010, Lei Municipal 17.765/2012, e subsidiariamente pela Lei Federal 8.666/1993, referente ao **Processo Licitatório n.º [informe n.º/ano]**, na modalidade **Concorrência n.º [informe n.º/ano]** CPLCC e à Proposta da CONTRATADA, aplicando-se supletivamente, os princípios da Teoria Geral dos Contratos e as disposições de direito privado.

DO OBJETO

CLÁUSULA PRIMEIRA: Constitui objeto deste Contrato é a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de caráter institucional de competência da Secretaria de Governo e Participação Social da Prefeitura do Recife.

PARÁGRAFO ÚNICO: Os acréscimos não previstos na caracterização do objeto, contido nesta cláusula, e necessários ao seu fiel cumprimento, só serão efetivados com base em Relatório do CONTRATANTE e mediante prévia e expressa autorização do Secretário solicitante, sob pena de nulidade, promovendo-se a responsabilidade de quem lhe deu causa.

DA MODALIDADE/FORNECIMENTO/REGIME DE EXECUÇÃO

CLÁUSULA SEGUNDA: A modalidade de que trata este Contrato é a da execução indireta, empreitada por preço unitário.

DO PREÇO/ CONDIÇÕES DE PAGAMENTO



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

CLÁUSULA TERCEIRA: O CONTRATANTE pagará à CONTRATADA o preço global de R\$ [*informe o valor em algarismos e (por extenso)*], mediante apresentação da nota fiscal/fatura devidamente atestada pelo setor competente do CONTRATANTE.

PARÁGRAFO PRIMEIRO: O pagamento dos serviços prestados será efetuado mensalmente no prazo de até 30 (trinta) dias contados da data da apresentação da nota fiscal/fatura dos serviços realizados, devidamente autorizados e atestados pela autoridade competente.

- i. A nota fiscal apresentada pela agência contratada deverá estar acompanhada das autorizações de serviços, emitidas pela contratante.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada da seguinte forma:

- 21.3.1.1 Valor de CUSTOS INTERNOS, baseado na tabela de preços do SINAPRO/PE - Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco, já abatido o percentual de desconto sobre os valores da referida tabela, conforme ofertado em sua proposta de preços;
- 21.3.1.2 Honorários (em percentual), conforme constante na proposta, a serem cobrados do Gabinete de Comunicação da Prefeitura do Recife, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada, referentes à peça e/ou material cuja distribuição não proporcione ao licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.
 - a. Honorários de 1,0% (um por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes:
 - I. a cachê e a direito de autor e conexos, na sua utilização ou reutilização em peça ou material publicitário, exclusivamente quando a distribuição da peça ou material não proporcionar à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação;
 - II. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação publicitária, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste;



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

III. à reimpressão ou reedição de serviços gráficos.

PARÁGRAFO TERCEIRO: O faturamento dos serviços subcontratados de produção externa e veiculação deverá ser feito em nome da Prefeitura da Cidade do Recife, devendo o pagamento dos serviços de produção externa ser feito diretamente às empresas subcontratadas.

PARÁGRAFO QUARTO: As contratadas reverterão à Prefeitura do Recife 1/4 (um quarto) do DESCONTO-PADRÃO DE AGÊNCIA a que fizerem jus, calculado sobre o valor de cada veiculação.

PARÁGRAFO QUINTO: A Agência vencedora do certame deverá anexar declaração de que haverá repasse para o Município de Recife sobre o “desconto de agência” pago pelos Veículos de Comunicação às Agências em conformidade com o art. 11 da Lei Federal nº 4.680/1965. Dos 20% (vinte por cento) de desconto de agência a que faz jus, a agência repassará ao Município sob a forma de desconto no ato de pagamento de cada uma das faturas, o equivalente a 5% (cinco por cento) e permanecerá com 15% (quinze por cento). Este valor obedece ao limite estabelecido no Anexo B das Normas-Padrão da Atividade Publicitária.

PARÁGRAFO SEXTO: Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pelas CONTRATADAS.

PARÁGRAFO SÉTIMO: As CONTRATADAS se comprometem a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do SINAPRO/PE - Sindicato das Agências de Propaganda de Pernambuco e com os preços correspondentes a serem cobrados do CONTRATANTE, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele.

PARÁGRAFO OITAVO: Os honorários de que tratam cláusula 3ª § 2º, “b”, serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência das CONTRATADAS.

PARÁGRAFO NONO: As CONTRATADAS não farão jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços prestados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

PARÁGRAFO DÉCIMO: Despesas com deslocamento de profissionais das CONTRATADAS, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse do CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pelas CONTRATADAS, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pelo CONTRATANTE.



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

PARÁGRAFO DÉCIMO PRIMEIRO: Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais das CONTRATADAS, 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.

PARÁGRAFO DÉCIMO SEGUNDO: As CONTRATADAS não farão jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pelo CONTRATANTE, de créditos que a este tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente ao contrato.

PARÁGRAFO DÉCIMO TERCEIRO: As formas de remuneração poderão ser renegociadas, no interesse do CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação do contrato.

PARÁGRAFO DÉCIMO QUARTO: O desconto-padrão de agência é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta do CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

PARÁGRAFO DÉCIMO QUINTO: Na execução do contrato, a CONTRATANTE poderá negociar com as CONTRATADAS a obtenção de percentual de reversão superior aos percentuais inicialmente fixados em contrato, com vistas a obter condições mais vantajosas para o Município.

PARÁGRAFO DÉCIMO SEXTO: Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual sobre o cachê original a ser pago pelo CONTRATANTE a atores, modelos e locutores, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

DA VIGÊNCIA

CLÁUSULA QUARTA: Este Contrato vigorará pelo prazo de **12 (doze) meses**, tendo como termo inicial o dia de sua celebração.

PARÁGRAFO PRIMEIRO: Comprovada a obtenção de preços e condições mais vantajosas para a CONTRATANTE, este contrato pode ser prorrogado por até 60 (sessenta) meses.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Não poderá ser prorrogado o contrato se, na ocasião da prorrogação, a CONTRATADA estiver punida com declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

DO REAJUSTE



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

CLÁUSULA QUINTA: O reajuste contratual eventualmente devido observará a periodicidade mínima de 12 (doze) meses a contar da data de apresentação da proposta, com base na variação acumulada do IPCA, nos termos do Decreto Municipal nº 32.425/19.

PARÁGRAFO ÚNICO: O reajuste deve ser solicitado até a data da assinatura do contrato, do aditivo de prorrogação ou do encerramento da vigência contratual posteriores ao nascimento do direito, sob pena de preclusão (art. 8º do Decreto Municipal nº 32.425/19).

DA GARANTIA DE EXECUÇÃO

CLÁUSULA SEXTA: Neste ato, bem como na hipótese de prorrogação do contrato, a CONTRATADA deverá apresentar à CONTRATANTE comprovante de garantia de execução contratual no valor de **1% (um por cento)** do valor do Contrato, com prazo de validade, no mínimo, igual ao prazo de vigência contratual acrescido de **90 (noventa)** dias, e atendendo às seguintes condições:

- I) Fiança Bancária prestada por instituição financeira:
 - a) expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento ao Gabinete de Comunicação da Prefeitura do Recife, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;
 - b) renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro;
 - c) cláusulas de atualização financeira, de imprescritibilidade, de inalienabilidade e de irrevogabilidade.
- II) O seguro-garantia consistirá na emissão de apólice, por entidade seguradora em funcionamento no Brasil, em favor do Contratante:
 - a) a apólice deverá indicar a SEGOV da Prefeitura do Recife como beneficiário;
 - b) a apólice deverá conter cláusulas de atualização financeira, de imprescritibilidade, de inalienabilidade e de irrevogabilidade.
- III) A caução em dinheiro será depositada na Conta Corrente do Contratante e será restituída após a execução do contrato atualizada monetariamente pelo índice IPCA/IBGE.
- IV) Títulos da dívida pública, emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

PARÁGRAFO PRIMEIRO: Verificado o cumprimento das obrigações contratuais, a garantia contratual será devolvida, mediante requerimento da CONTRATADA, no prazo de até 90 (noventa) dias após o término da vigência do contrato.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses do Gabinete de Comunicação da Prefeitura do Recife ou ao indiretamente aos entes públicos contratantes.

PARÁGRAFO TERCEIRO: Sem prejuízo das sanções previstas na Lei e no Edital, a não prestação da garantia exigida será considerada como recusa injustificada em assinar o contrato.

DAS CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO DO OBJETO

CLÁUSULA SÉTIMA: Os serviços deverão ser executados de acordo com as exigências do Projeto Básico anexo ao Edital.

DO RECEBIMENTO DO OBJETO

CLÁUSULA OITAVA: O objeto do Contrato será recebido pelo servidor responsável pelo atesto, na forma da legislação municipal, nas seguintes condições:

- I) Recebimento provisório, para efeito de posterior verificação da conformidade dos serviços com as especificações exigidas no Projeto Básico;
- II) Recebimento definitivo após a verificação da quantidade e da análise atestando a qualidade serviços e sua consequente aceitação pela **Contratante**, mediante “atesto” na nota fiscal/fatura, após comprovada a adequação aos termos da nota de empenho.

PARÁGRAFO PRIMEIRO: O recebimento provisório ou definitivo do objeto não exime o CONTRATADO da responsabilidade pelos vícios que possa apresentar, bem como da indenização que por ventura se originar de tais vícios.

PARÁGRAFO SEGUNDO: O recebimento provisório ou definitivo não exclui a responsabilidade do licitante pela veracidade das informações e pela qualidade e quantidade dos serviços prestados.

PARÁGRAFO TERCEIRO: A contratada deverá executar o objeto licitado de acordo com as especificações do Projeto Básico, sob pena de não aceitação dos serviços prestados.

DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

21.4 **CLÁUSULA NONA:** O recurso alocado para a realização do objeto deste contrato será oriundo da seguinte dotação orçamentária(s): nº 2501.04.131.2.160.2.156, elemento de despesa nº 3.3.90.40 e fonte 100.

DOS DIREITOS E OBRIGAÇÕES DAS PARTES



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

CLÁUSULA DÉCIMA: O regime jurídico deste Contrato confere ao CONTRATANTE as prerrogativas de:

- I. modificá-lo, unilateralmente, para melhor adequação às finalidades de interesse público, respeitados os direitos da CONTRATADA;
- II. rescindi-lo, unilateralmente, nos casos especificados no inciso I do art. 79 da Lei 8.666/1993;
- III. fiscalizar-lhe a execução;
- IV. aplicar sanções motivadas pela inexecução total ou parcial do ajuste;

PARÁGRAFO PRIMEIRO: As cláusulas econômico-financeiras e monetárias dos contratos administrativos não poderão ser alteradas sem prévia concordância do contratado.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Na hipótese do inciso I desta cláusula, as cláusulas econômico-financeiras do contrato deverão ser revistas para que se mantenha o equilíbrio contratual.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA: Constitui obrigação do **CONTRATANTE**:

1. Comunicar, através do Serviço de Contabilidade, aos órgãos incumbidos de arrecadação e fiscalização dos tributos municipais, das características e dos valores pagos referentes à liquidação da despesa deste Contrato.
2. Comunicar às autoridades irregularidades ocorridas e atos ilícitos cometidos pela CONTRATADA.
3. Fazer publicar na imprensa oficial, os extratos das atas, dos respectivos contratos e seus eventuais aditivos.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA: São conferidos à **CONTRATADA** os direitos relacionados no art. 59, § 2º do art. 79 e art. 109 da Lei nº. 8.666/1993.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA: Constituem obrigações da **CONTRATADA**:

1. Executar o serviço dentro dos prazos e condições estabelecidas no Projeto Básico e no contrato.
2. Os serviços prestados obedecerão a rotinas estabelecidas pela CONTRATANTE.
3. Arcar com todas as despesas, custos ou obrigações decorrentes da legislação da seguridade social, trabalhista, tributária, fiscal, securitária, comercial, civil e criminal, no que se relacionem com os serviços ora contratados, inclusive no tocante aos seus empregados, dirigentes e prepostos;



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

4. Responsabilizar-se pelos danos causados diretamente à Administração ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo na execução do Contrato, não excluindo ou reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento pelo órgão interessado;
5. Ressarcir os eventuais prejuízos causados à CONTRATANTE e/ou a terceiros, provocados por ineficiência ou irregularidades cometidas na execução das obrigações assumidas;
6. Responsabilizar-se integralmente pelos serviços contratados, nos termos da legislação vigente;
7. Manter, durante a vigência do contrato todas as condições de habilitação exigidas no processo licitatório;
8. Não executar alteração ou acréscimo de quantitativos sem a competente autorização escrita da CONTRATANTE, através de termo aditivo.
9. Designar por escrito, prepostos aceitos pela Administração, durante o período de vigência do contrato, nas dependências dos órgãos/entidades para representá-la administrativamente sempre que for necessário e, ainda, para atenderem aos profissionais alocados nos postos de trabalho, tais como: entrega de contracheques, assinatura de folha de ponto, e outras responsabilidades, conforme consignado neste Projeto Básico e que tenha capacidade para tratar de todos os assuntos definidos no contrato, bem como atender às solicitações da CONTRATANTE.
10. A CONTRATADA não poderá subcontratar ou transferir a terceiros os serviços, objeto do contrato.

DA FISCALIZAÇÃO/ADMINISTRAÇÃO DO CONTRATO

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA: É reservado ao **CONTRATANTE**, sem restringir a plenitude da responsabilidade da **CONTRATADA**, exercer a mais ampla e completa fiscalização sobre os serviços executados, diretamente ou por prepostos designados.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA: Compete à **CONTRATANTE** a designação, mediante Termo específico, do servidor responsável para exercer a fiscalização e acompanhamento deste Contrato, competindo-lhe informar à **CONTRATADA** sobre eventuais vícios ou irregularidades, propor as soluções e as sanções que entender cabíveis para regularidades das faltas e defeitos observadas, conforme o disposto neste Contrato, admitida participação de terceiros, para assisti-lo e subsidiá-lo de informações pertinentes a essa atribuição.



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

PARÁGRAFO PRIMEIRO: A CONTRATADA será notificada por escrito da ocorrência de eventuais imperfeições no curso da execução dos serviços, fixando prazo para a sua correção e aplicar as sanções administrativas, quando se fizerem necessárias.

PARÁGRAFO SEGUNDO – O servidor designado será responsabilizado por quaisquer atos omissivos ou comissivos praticados no desempenho de suas funções em desacordo com a legislação ou aos termos e Cláusulas do presente Contrato, sujeitando-se às sanções previstas na referida Lei e nos regulamentos próprios, sem prejuízo das responsabilidades administrativa, civil e criminal que por culpa ou dolo tenha dado causa.

PARÁGRAFO TERCEIRO – O servidor designado deverá tomar ciência de sua incumbência de fiscalização e acompanhamento contratual mediante Termo específico, no qual informará sua anuência com sua responsabilização administrativa, civil e criminal no caso das infrações mencionadas no Parágrafo anterior.

PARÁGRAFO QUARTO – O servidor designado deverá anotar em livro próprio os acontecimentos considerados relevantes, bem como as providências tomadas para sanar as falhas identificadas, ou ainda, a recusa da licitante vencedora em saná-las no prazo de no prazo de até 5 (cinco) dias úteis.

DAS ALTERAÇÕES

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA: As alterações porventura necessárias ao fiel cumprimento do objeto deste Contrato serão efetivadas na forma e condições do art. 65 da Lei n.º. 8.666/1993, formalizadas previamente por termo aditivo, que passará a integrar este Contrato.

DAS SANÇÕES

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA: Pela inexecução total ou parcial das obrigações assumidas, o fornecedor, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal, assegurado o contraditório e a ampla defesa, ficará sujeito às seguintes penalidades:

I) advertência.

II) multa:

a) 0,5 % (cinco décimos por cento) ao dia sobre o valor constante da nota de empenho, no caso de atraso injustificado no fornecimento do objeto licitado, limitada a incidência a 30 (trinta) dias, podendo ocorrer a não- aceitação do objeto após o trigésimo dia e a critério da **Contratante**, de forma a configurar, nessa hipótese, inexecução total da obrigação assumida, sem prejuízo da rescisão unilateral da avença;

b) 20,0 % (vinte por cento) sobre o valor constante da nota de empenho, no caso de atraso por período superior ao previsto na alínea “a”, ou de inexecução parcial da obrigação assumida;



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

c) 30,0 % (trinta por cento) sobre o valor constante da nota de empenho, em caso de inexecução total da obrigação assumida;

III) suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração Municipal, por prazo não superior a 2 (dois) anos.

IV) declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, acarretando o cancelamento da inscrição do Certificado de Habilitação de Firms, no Setor de Cadastro de Fornecedores da Secretaria de Planejamento, Gestão e transformação Digital do Município do Recife.

PARÁGRAFO PRIMEIRO - O valor da multa, aplicada após o regular processo administrativo, será descontado de pagamentos eventualmente devidos pelo CONTRATANTE ao fornecedor ou cobrado judicialmente.

PARÁGRAFO SEGUNDO - As sanções previstas nos incisos I, III e IV desta Cláusula poderão ser aplicadas, cumulativamente ou não, à pena de multa.

PARÁGRAFO TERCEIRO - As sanções previstas nos incisos III e IV desta Cláusula também poderão ser aplicadas ao fornecedor que tenha sofrido condenação definitiva por fraudar recolhimento de tributos, praticar ato ilícito visando frustrar os objetivos da licitação ou demonstrar não possuir idoneidade para contratar com a Administração.

PARÁGRAFO QUARTO - A CONTRATADA ficará impedida de licitar e de contratar com o CONTRATANTE, e será descredenciado do Cadastro de Fornecedores do Município-SICREF, pelo prazo de até 05 (cinco) anos, sem prejuízo das multas previstas em edital e no Contrato e das demais cominações legais, quando:

- I) convocado dentro do prazo de validade de sua proposta não celebrar o contrato;
- II) deixar de entregar ou apresentar documentação falsa exigida para o certame;
- III) ensejar o retardamento da execução de seu objeto;
- IV) não mantiver a proposta;
- V) falhar ou fraudar na execução do contrato;
- VI) comportar-se de modo inidôneo;

- a) Considera-se comportamento inidôneo, entre outros, a declaração falsa quanto às condições de participação, quanto ao enquadramento como ME/EPP/ MEI, o cometimento de crime fiscal ou o conluio entre os licitantes, em qualquer momento da licitação, mesmo após o encerramento da fase de lances.



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

PARÁGRAFO QUINTO - Com referência à sanção de que trata o inciso II da desta cláusula, decorrido o prazo de defesa sem que o fornecedor se pronuncie ou se for considerada procedente a multa, o mesmo será notificado a recolher ao erário municipal o valor devido, no prazo de 03 (três) dias úteis, a contar da notificação pela autoridade competente.

PARÁGRAFO SEXTO - Uma vez recolhida a multa de que trata esta cláusula, e na hipótese de vir o fornecedor a lograr êxito em recurso que apresentar, o CONTRATANTE devolverá a quantia recolhida, no prazo de 05 (cinco) dias úteis.

DA RESCISÃO

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA: O inadimplemento de cláusula estabelecida neste contrato, por parte do fornecedor, assegurará ao CONTRATANTE o direito de rescindi-lo, mediante notificação, com prova de recebimento.

CLÁUSULA DÉCIMA NONA: Além de outras hipóteses expressamente previstas no artigo 78 da Lei nº 8.666/1993, constituem motivos para a rescisão da contratação:

I) Atraso injustificado do serviço, bem como a sua paralisação sem justa causa e prévia comunicação ao CONTRATANTE;

II) O cometimento reiterado de falhas comprovadas por meio de registro próprio efetuado pelo representante do CONTRATANTE.

PARÁGRAFO ÚNICO -Nos casos em que o(a)CONTRATADO(A) sofrer processos de fusão, cisão ou incorporação, será admitida a continuação desta contratação desde que a execução do contrato não seja afetada e que o fornecedor mantenha as condições de habilitação.

CLÁUSULA VIGÉSIMA: Ao CONTRATANTE, é reconhecido o direito de rescisão administrativa, nos termos do artigo 79, inciso I, da Lei nº 8.666/1993, aplicando-se, no que couber, as disposições dos parágrafos primeiro e segundo do mesmo artigo, bem como as do art. 80.

DA PREVENÇÃO E COMBATE À FRAUDE E CORRUPÇÃO

CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA: O(a) contratado(a) autoriza o acesso irrestrito da Administração às contas, registros e demais documentos relacionados à apresentação da proposta e à execução do contrato, nos termos da Lei Municipal nº 17.765/2012.

PARÁGRAFO ÚNICO - As informações obtidas em conformidade ao disposto nesta cláusula serão utilizadas apenas para fins de fiscalização acerca da regular execução contratual, vedada sua divulgação para qualquer outro fim.

DOS DIREITOS AUTORAIS



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

CLÁUSULA VIGÉSIMA SEGUNDA: Quanto aos DIREITOS AUTORAIS, serão observadas as seguintes disposições:

- a. AS CONTRATADAS cedem à CONTRATANTE, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso de ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças (material gráfico, eletrônico e multimídia), softwares, CDs, composições, arranjos, execução de trilha sonora e jingles, animação, pantomima, publicações editoriais e quaisquer outras modalidades de publicidade existentes ou que venham a ser inventadas de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste contrato.
- b. A cessão de que trata a alínea anterior “a)” será por tempo indeterminado, ficando vedada às CONTRATADAS a cobrança de qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato.
- c. A CONTRATANTE poderá, a seu critério, utilizar os direitos cedidos, diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato, ou após o prazo de vigência, inclusive em caso de rescisão, não cabendo à CONTRATADA qualquer espécie de remuneração.
- d. A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades da **Secretaria de Governo e Participação Social da Prefeitura do Recife**, sem que caiba a eles ou à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.
- e. Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.
- f. Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, as CONTRATADAS solicitarão dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.
- g. AS CONTRATADAS utilizarão os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nas alíneas seguintes h) e i).
- h. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

- i. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

DA LICITAÇÃO

CLÁUSULA VIGÉSIMA TERCEIRA: O presente instrumento contratual é decorrente do Processo Licitatório nº 014/2023, Concorrência nº 002/2023, homologado pela Autoridade Competente, em [dia] de [mês] de [ano].

DOS DOCUMENTOS

CLÁUSULA VIGÉSIMA QUARTA: Fazem parte integrante deste Contrato, independente de transcrição os seguintes documentos, devidamente rubricados pelas partes:

- I. Projeto Básico – Anexo I do Edital
- II. Proposta licitatória
- III. [Elencar outros documentos do processo]

DO FORO

CLÁUSULA VIGÉSIMA QUINTA: Fica desde já, declarado pelas partes, o Foro da Comarca do Recife, Capital do Estado de Pernambuco, para dirimir as dúvidas ou questões suscitadas na execução deste Contrato.

E, por estarem de pleno acordo, firmam as partes o presente instrumento em 04 (quatro) vias de igual teor e forma, para único efeito de direito, na presença de 02 (duas) testemunhas que a tudo assistiram e subscrevem, ficando registrado em livro próprio da Procuradoria Geral do Município.

Recife, [dia] de [mês] de [ano].

[Nome do titular da pasta]

[Nome do representante]

[Nome do órgão contratante]

[Nome da empresa]

TESTEMUNHAS:



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

1. _____ 2. _____

CPF/MF n°. _____ CPF/MF n°. _____



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

**ANEXO III
MODELO DE PROCURAÇÃO**

OUTORGANTE: Qualificação (nome/razão social, endereço etc.)

OUTORGADO: (Representante devidamente qualificado)

OBJETO: Representar a Outorgante na CONCORRÊNCIA PÚBLICA N° 002/2023, promovida pela Prefeitura do Recife, através de sua Comissão Permanente de Compras Corporativas.

PODERES:

Apresentar documentação e propostas, participar de sessões públicas de abertura de documentação de habilitação e de propostas, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

[Local], [dia] de [mês] de [ano].

[Nome e cargo do representante]
[Nome da empresa]



SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS

ANEXO IV

MODELO DE DECLARAÇÕES DO LICITANTE

À
PREFEITURA DO RECIFE
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS

Ref: **Processo Licitatório 0xx/2023– Concorrência002/2023 CPLCC**

[Nome da empresa], inscrito no CNPJ [Número], com endereço na [Informe endereço] por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a) [Nome do representante], portador(a) da Carteira de Identidade [Número] e do CPF [Número], **DECLARA:**

- a) Para fins do disposto no inciso V do art. 27 da Lei Federal nº. 8.666, de 21 de junho de 1993, acrescido pela Lei nº. 9.854, de 27 de outubro de 1999, em conformidade com o previsto no inciso XXXIII, do art. 7º, da Constituição Federal/88, que não possui em seu quadro de pessoal empregado(s) menor(es) de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e de 16 (dezesesseis) anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir dos 14 (quatorze) anos.
- b) Que cumpre plenamente os requisitos de habilitação, ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.
- c) Que inexistente qualquer fato impeditivo à sua participação, que não foi declarada(o) inidônea(o) e não está impedida(o) de contratar com o Poder Público de qualquer esfera, ou suspensa(o) de contratar com a Administração, e que se compromete a comunicar ocorrência de fatos supervenientes.

[Para ser ME ou EPP, se for o caso]: Informamos que há restrição na comprovação da regularidade fiscal desta microempresa/empresa de pequeno porte, ficando a empresa sujeita às disposições do art. 43 da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006 (OBS: APENAS PARA AS MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE, QUE TENHAM RESTRIÇÃO NA REGULARIDADE FISCAL)

[Local], [dia] de [mês] de [ano].

[Nome do representante]
[Nome da empresa]



SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS

ANEXO V

MODELO DE DECLARAÇÃO DE ENQUADRAMENTO COMO MICROEMPRESA OU
EMPRESA DE PEQUENO PORTE

À
PREFEITURA DO RECIFE
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS

Ref: **Processo Licitatório 0xx/2023 – Concorrência 0xx/2023 CPLCC**

[*Nome da empresa*], inscrito no CNPJ [*Número*], com endereço na [*Informe endereço*] por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a) [*Nome do representante*], portador(a) da Carteira de Identidade [*Número*] e do CPF [*Número*], **DECLARA**, sob as penas da lei, que está enquadrada como MICROEMPRESA/EMPRESA DE PEQUENO PORTE, nos termos dos incisos I e II do art. 3º da Lei Complementar nº 123 de 14 de dezembro de 2006, e não tem nenhum dos impedimentos do §4º do mesmo artigo, ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

[*Local*], [*dia*] de [*mês*] de [*ano*].

[*Nome do representante*]
[*Nome da empresa*]



SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS

ANEXO V2

MODELO DE DECLARAÇÃO DE ENQUADRAMENTO COMO MICROEMPREENDEDOR
INDIVIDUAL

À
PREFEITURA DO RECIFE
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS

Ref: **Processo Licitatório 0xx/2023– Concorrência00x/2023 CPLCC**

[*Nome da empresa*], inscrito no CNPJ [*Número*], com endereço na [*Informe endereço*] por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a) [*Nome do representante*], portador(a) da Carteira de Identidade [*Número*] e do CPF [*Número*], **DECLARA**, sob as penas da lei, que está enquadrado como MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL, nos termos do art. 966, da Lei no 10.406/2002 (Código Civil), ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

[*Local*], [*dia*] de [*mês*] de [*ano*].

[*Nome do representante*]
[*Nome da empresa*]



SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS

ANEXO VII

MODELO DE DECLARAÇÃO DE PROPOSTA DE PREÇOS E VALORAÇÃO

À
PREFEITURA DO RECIFE
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS

Ref: **Processo Licitatório 0xx/2023 – Concorrência 00x/2023 CPLCC**

OBJETO: O objeto da presente concorrência é a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de caráter institucional de competência da Secretaria de Governo e Participação Social da Prefeitura do Recife.

[*Nome da empresa*], inscrito no CNPJ [*Número*], com endereço na [*Informe endereço*] por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a) [*Nome do representante*], portador(a) da Carteira de Identidade [*Número*] e do CPF [*Número*], apresenta a proposta abaixo:

1. Remuneração proposta:

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

- a) percentual de **desconto** a ser concedido à Prefeitura da Cidade do Recife, sobre os **CUSTOS INTERNOS**, baseados na tabela de preços do SINAPRO/PE - Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco: __% (por extenso); (**Percentual mínimo de 30%**)
- b) **honorários** (em percentual) a serem cobrados da Prefeitura da Cidade do Recife, incidente sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada, referentes à peça e/ou



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

material cuja distribuição não proporcione ao licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: % (por extenso). **(Percentual máximo de 4,5%)**.

b.1) honorários de 1,0% (um por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes:

I. a cachê e a direito de autor e conexos, na sua utilização ou reutilização em peça ou material publicitário, exclusivamente quando a distribuição da peça ou material não proporcionar à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação;

II. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação publicitária, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste;

III. à reimpressão ou reedição de serviços gráficos.

2. Declaro que a proponente reverterá à Prefeitura da Cidade do Recife 1/4 (um quarto) do DESCONTO-PADRÃO DE AGÊNCIA a que fizer jus, calculado sobre o valor de cada veiculação.

3. Outras declarações da proponente:

- a. Comprometo-me a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à Secretaria de Governo e Participação Social da Prefeitura do Recife as vantagens obtidas;
- b. informo estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Minuta do Contrato
- c. O preço proposto será 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.
- d. Comprometo-me a repassar à Prefeitura do Recife todas as vantagens (pecuniárias ou não) obtidas nas negociações de preço com os veículos de comunicação e demais fornecedores e prestadores de serviços.
- e. Afirmo que, nos preços propostos, estão inclusas todas as despesas com materiais, mão-de-obra e respectivos encargos sociais, tributários, seguros,



**SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
SECRETARIA EXECUTIVA DE ADMINISTRAÇÃO E LICITAÇÕES
GERÊNCIA GERAL DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DE COMPRAS CORPORATIVAS**

transportes e demais despesas necessárias à execução dos serviços objeto desta licitação, inclusive cessão de direitos autorais. Na ausência dessa declaração, serão consideradas inclusas todas as despesas mencionadas neste subitem.

- f. Comprometo-me a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes, inclusos nesses orçamentos.
4. Os trabalhos desenvolvidos internamente pela Agência serão remunerados de acordo com os valores constantes da Tabela de Custos Internos do SINAPRO/PE - Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco, aplicando-se o desconto oferecido na proposta do licitante.
5. **Prazo de validade da proposta:** mínimo de **90 (noventa) dias** contados da data da entrega dos envelopes à Comissão Permanente de Licitação.

[Local], [dia] de [mês] de [ano].

[Nome do representante]
[Nome da empresa]