

EDITAL

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

PROCESSO LICITATÓRIO Nº. 056/2021

CONCORRÊNCIA Nº. 002/2021

Data da Abertura: 01/12/2021

Horário: 10:00h

Local: Rua Izaltino Poggy, 265, Prado, Gravata – PE, Comissão Permanente de Licitação – CPL

O **MUNICÍPIO DE GRAVATÁ – PE, Pernambuco**, torna público que nesta cidade realizar-se-á licitação sob modalidade **CONCORRÊNCIA**, do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, nos moldes da Lei 12.232/2010, com aplicação complementar das Leis nº4.680/1965 e nº8.666/1993, consolidada, Lei complementar nº123/2006, Decreto nº 57.690/1966, alterado pelo decreto nº4.563/2002, Normas-Padrão da Atividade Publicitária tuteladas pelo **CENP**, deste Edital e seus anexos, para escolha da melhor proposta do objeto a seguir:

1. DO OBJETO:

Constitui o objeto do presente Edital a contratação de empresa especializada regularmente constituída na forma de agência de propaganda, cuja atividade seja disciplinada pela Lei nº 12.232/2010, para 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, a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade e a promoção dos serviços de competência da Secretaria de Comunicação e Imprensa desta Prefeitura Municipal de Gravata – PE, conforme condições, quantidades, exigências e estimativas estabelecidas neste instrumento.

1.1- DA ESPECIFICAÇÃO DO OBJETO:

1.1.1 Além dos serviços previstos no caput deste item, também integram o objeto deste Edital, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) o planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;
- b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, inclusive de comunicação digital;
- c) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada.

1.1.2 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea “a” deste subitem terão a finalidade específica de:

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

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

1.1.4 Os serviços previstos no objeto a ser licitado não abrangem as atividades de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas.

1.1.5 Os serviços abrangem as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, sobre todos os assuntos promocionais e temas de competência ou interesse do Poder Executivo Municipal.

1.1.6 Os serviços de publicidade objeto do presente Edital serão prestados através de 01 (uma) agência de propaganda, conforme faculta o § 3º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, doravante denominada agência, licitante ou contratada.

1.1.7 Os serviços objeto do presente Edital serão contratados com agência de propaganda cuja atividade seja disciplinada pela Lei 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.

1.1.8 A agência atuará por ordem e conta da Secretaria de Comunicação e Imprensa da Prefeitura Municipal de Gravata, 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 1.1.1, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.1.9 A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços objeto deste Edital.

1.1.10 O produto final decorrente da execução do objeto deste Edital será propriedade da Prefeitura de Gravata, 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.

1.1.11 Para fins desta contratação, as ações de publicidade não abrangem as ações patrocínio.

1.1.12 Excluem-se do conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de projetos de veiculação em mídia ou em instalações que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação.

2. ANEXOS:

2.1 - Compõem o presente instrumento os seguintes anexos:

ANEXO I – Briefing

ANEXO II – Modelos

- a) Carta de Credenciamento;
- b) Declaração de que não possui em seu quadro servidor público;
- c) Declaração de Habilitação;
- d) Declaração de Pleno Conhecimento e Concordância com o Edital;
- e) Declaração de Inexistência de Empregado Menor;
- f) Declaração de que não se encontra declarada inidônea para licitar ou contratar com órgãos

da Administração Pública, Federal, Estadual ou Municipal.

ANEXO III – Proposta de Preço e Valoração

ANEXO IV – Minuta do Contrato

ANEXO V – Protocolo de Recebimento de Edital

2.2 - A agência contratada atuará de acordo com a solicitação da Contratante, obedecendo aos critérios de aceitação do objeto conforme item 1 do edital.

2.3 - O produto final decorrente da execução do objeto desta licitação será propriedade da Prefeitura Municipal de Gravata/PE, sendo, portanto, proibida divulgação por qualquer meio ou reprodução total ou parcial sem expressa autorização, ficando a Contratada sujeita às penalidades aplicáveis.

3. DA AQUISIÇÃO DO EDITAL E SEUS ANEXOS

3.1 - O edital e seus anexos encontram-se disponíveis para consulta e aquisição das 08:00 às 12:00h de segunda à sexta-feira (horário de Brasília), na sala da comissão Permanente de Licitação localizada na Rua Izaltino Poggi, 256, Gravata – PE.

3.2 Quando da aquisição do edital, recebimento do edital por email ou retirada do edital através do site oficial do município, é obrigatório o preenchimento e entrega à CPL do Protocolo de Recebimento do Edital constante no ANEXO V, que deverá conter os seguintes dados da empresa interessada:

- a) Razão Social;
- b) Número do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ);
- c) Endereço Completo;
- d) Fone/ Fax/ E-mail;
- e) Nome e assinatura do representante da empresa, anexada cópia dos documentos pessoais (RG e CPF);
- f) Assinatura do recebedor.

3.3.1. No caso de retirada do edital no site oficial do Município ou recebimento por e-mail, as empresas deverão encaminhar o Protocolo de Recebimento do Edital, constante do ANEXO V para o seguinte email: cpl@prefeituradegravata.pe.gov.br.

4. VALOR ESTIMADO DESTA LICITAÇÃO

A despesa total estimada com a prestação dos serviços contidos no objeto são de R\$1.440.000,00 (um milhão quatrocentos e quarenta mil reais), devendo a cobrança dos custos internos (criação) pela agência ser baseada na tabela referencial de custos internos emitida pelo SINAPRO/PE - Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Pernambuco, já abatido o percentual de desconto sobre os valores da referida tabela.

4.1 Os custos estimados para execução dos serviços são os constantes da planilha abaixo:

Custos Ordinários:		
Serviços:	Prazo de Execução:	Valor Global Estimado:
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, a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade e a promoção dos serviços de competência da Secretaria de Comunicação e Imprensa desta Prefeitura Municipal de Gravata – PE.	12 (doze) meses.	R\$ 1.440.000,00

4.2 Os recursos financeiros para pagamento das despesas decorrentes do presente edital serão provenientes da dotação orçamentária abaixo discriminada:

UNIDADE ORÇAMENTÁRIA: 020400 – SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA

PROJETO/ATIVIDADE: 04.131.0020 – SUPERVISÃO E COORDENAÇÃO SUPERIOR

PROGRAMA: 2212

ELEMENTO DE DESPESA: 3.3.90.39 – OUTROS SERVIÇOS PJ

FONTE: 00

5. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

5.1 - Poderão participar desta licitação pessoas jurídicas que satisfizerem a definição de Agência de Propaganda, constante do art. 3º da Lei Federal no 4.680/65 e Decreto n.º 57.690/66, constituídas em seu regular funcionamento no Brasil, e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP há mais de dois anos.

5.2 - É vedada a qualquer pessoa física ou jurídica a representação, na presente licitação, de mais de uma empresa.

5.3 - Não poderão participar da presente licitação, empresas que:

5.3.1 - Sejam consideradas inidôneas por qualquer órgão ou entidade governamental;

5.3.2 - Estejam em processo de liquidação, dissolução ou insolvência, falência ou concordata e que se encontrem sob concurso de credores ou em dissolução ou em liquidação;

5.3.3 - Não tenham cumprido, integralmente, contratos anteriores firmados ou que, embora ainda vigente, se encontrem inadimplentes com qualquer das obrigações assumidas com esta Prefeitura;

5.3.4 - Empresas do mesmo grupo econômico com propostas distintas e nem empresas que tenham dualidade de quotista e/ou acionista em comum, quer majoritário, quer minoritário;

5.3.5 - Agências cujos sócios ou proprietários sejam empregados ou ocupem cargos na Prefeitura Municipal de Gravata/PE.

5.3.6 - Empresas que, por qualquer motivo, estejam declaradas inidôneas ou punidas com suspensão do direito de licitar ou contratar com a Administração Pública.

5.4 - Não serão permitidos consórcios para execução do objeto deste Edital.

5.5 - As licitantes deverão proceder, antes da elaboração das propostas, a verificação minuciosa de todos os elementos fornecidos, comunicando por escrito até 2 (dois) dias úteis da reunião de abertura da licitação, os erros ou omissões porventura observados. A não comunicação no prazo acima estabelecido implicará na tácita aceitação dos elementos fornecidos, não cabendo, em nenhuma hipótese, qualquer reivindicação posterior com base em imperfeições, omissões ou falhas.

5.6 - O proponente deverá apresentar **Termo de Credenciamento**, conforme modelo fornecido no **Anexo II**, com a indicação de representante para praticar todos os atos necessários em nome da empresa em todas as etapas da licitação, ou documento que comprove sua capacidade de representar para o caso de ser sócio ou titular.

5.7. A participação neste processo licitatório implica, tacitamente, para o licitante a confirmação de que tomou conhecimento do inteiro teor do presente Edital e de todos os seus anexos; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

6. DO CREDENCIAMENTO DOS PARTICIPANTES

6.1 - Cada licitante apresentar-se-á com apenas 1 (um) representante legal que será o único a intervir em qualquer fase do processo licitatório, respondendo assim, por todos os atos e efeitos previstos neste edital, por sua representada.

6.2 - Quando da entrega dos envelopes, o representante legal da licitante deverá apresentar à Comissão Permanente de Licitação documento hábil, conforme segue:

6.2.1. Comprovante de capacidade de representação:

- a. No caso de sócio ou titular da empresa, apresentar documento de representação estatutária o Contrato Social (ou última alteração consolidada), na versão original ou em cópia autenticada;
- b. Tratando-se de procurador, apresentar instrumento de procuração pública ou particular com firma reconhecida, com poderes específicos, para praticar todos os demais atos pertinentes ao certame, contendo a indicação dos poderes mandante para outorga;
- c. Cópia de documentos de identificação com foto do representante legal (Carteira de Habilitação, RG ou Identificação profissional expedida por órgão Federal) e CPF.

6.3 - A documentação de credenciamento supracitada deverá ser apresentada à parte, ou seja, fora do Envelope E, que contém os documentos de habilitação da licitante;

6.4 - A não apresentação ou incorreção dos documentos de credenciamento acarretará em não reconhecimento do representante da licitante, ficando o mesmo impedido de opinar no andamento do processo licitatório.

6.5 - O representante poderá ser substituído por outro devidamente credenciado, respeitando o momento procedimental adequado.

6.6 - Não será admitida a participação de um mesmo representante para mais de uma licitante.

7. CONDIÇÕES DE HABILITAÇÃO

7.1 - Para a habilitação neste processo de licitação, os interessados deverão apresentar a seguinte documentação em original, por qualquer processo de cópia autenticada em cartório ou publicações em órgãos de Imprensa Oficial ou por cópias simples, desde que acompanhadas dos originais para conferência e autenticação pela Comissão Permanente de Licitação.

8 - Habilitação Jurídica

8.1. - Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor (ou última alteração consolidada), devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresariais, e, no caso de sociedade por ações, acompanhado da data da assembléia que elegeu seus atuais administradores;

8.1.1. - No caso de sociedades simples, inscrição no órgão competente, do ato constitutivo, acompanhada de prova da diretoria em exercício.

8.1.2 - No caso de empresas ou sociedades estrangeiras em funcionamento no País, decreto de autorização, devidamente arquivado e ato de registro ou autorização expedido pelo órgão competente.

8.1.3 - Registro comercial, no caso de empresa individual.

8.2 - Regularidade Fiscal

8.2.1 - Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda (CNPJ), devidamente atualizado.

8.2.2 - Prova de regularidade para com a Fazenda Federal através da apresentação da Certidão Conjunta de Débitos relativos a Tributos Federais e a Dívida Ativa da União, expedida pela Secretaria da Receita Federal;

8.2.3 - A prova de regularidade para com a Fazenda Federal deverá ser atendida pela apresentação da Certidão Conjunta Negativa, ou Positiva com Efeito Negativo, de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União.

- 8.2.4 - Prova de regularidade para com a Fazenda Estadual ou Municipal do domicílio sede da licitante;
- 8.2.5 - A prova de regularidade para com as Fazendas Estadual e Municipal deverá ser atendida pela Certidão de Regularidade Fiscal e Certidão Negativa de Débitos Municipais, ou outra equivalente da sede da licitante, na forma da Lei.
- 8.2.6 - Prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), expedida pela Caixa Econômica Federal, demonstrando situação regular no cumprimento dos encargos sociais instituídos por Lei.
- 8.2.7 - Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT, expedida a menos de 180 (cento e oitenta dias), da pessoa jurídica e de todos os sócios que compõe o Ato constitutivo, estatuto ou contrato social, bem como o requerimento empresarial.
- 8.2.8 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. Os documentos emitidos pela Internet poderão ser validados pela Comissão de Licitação no decorrer da sessão.

8.3 – Qualificação Econômico-financeira

- 8.3.1 - Certidão negativa de falência, concordata, recuperação judicial e extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede da licitante.
- 8.3.2 - Comprovação de possuir capital social totalmente integralizado igual ou superior a 10% do valor da verba licitada através de Certidão Simplificada expedida pela Junta Comercial da sede da licitante, devidamente atualizada, devendo a comprovação ser feita relativamente à data da apresentação proposta.
- 8.3.3 - Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis do último exercício financeiro apresentados na forma da Lei, autenticados e registrados na Junta Comercial do Estado da sede da licitante todos, obrigatoriamente firmados pelo Contador, em situação regular perante o Conselho Regional de Contabilidade – CRC e pelo Dirigente/Sócio, comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios. A boa situação financeira da empresa será verificada através de índices de liquidez corrente e de liquidez geral maior ou igual a 1,00, através das demonstrações apresentadas, e mediante aplicação das seguintes fórmulas:

$$ILC = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}} \geq 1,00$$

$$ILG = \frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável em Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível em Longo Prazo}} \geq 1,00$$

- 8.3.4 - Serão considerados aceitos, como na forma da lei o balanço patrimonial e demonstrações contábeis assim apresentados:
- 8.3.4.1 - Sociedades regidas pela Lei nº 6.404/76 (sociedade anônima):
- 8.3.4.2 - Publicado em Diário Oficial; ou
- 8.3.4.3 - Publicado em jornal de grande circulação; ou
- 8.3.4.4 - Por fotocópia registrada ou atendida na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante.
- 8.3.5 - Sociedades por cota limitada (LTDA):
- 8.3.5.1 - Acompanhados por fotocópia dos Termos de Abertura e Encerramento do Livro Diário, devidamente autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante ou em outro Órgão equivalente.
- 8.3.6 - Sociedades sujeitas ao regime estabelecido pela Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006 – Lei das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte “SIMPLES”:
- 8.3.6.1 - Acompanhados por fotocópia dos Termos de Abertura e Encerramento do Livro Diário, devidamente autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante ou em outro Órgão equivalente; ou
- 8.3.6.2 - Declaração simplificada do último imposto de renda.
- 8.3.6.3 - Sociedades criadas no exercício em curso:
- 8.3.6.3.1 - Fotocópia do Balanço de Abertura, devidamente registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílios dos licitantes nos casos de sociedades anônimas.
- 8.3.6.3.2 Certidão expedida por autoridade Judicial, da sede da licitante no qual conste a relação dos Cartórios distribuidores de ações cíveis de falência e concordata.
- 8.3.6.4 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. Os documentos emitidos pela Internet poderão ser validados pela Comissão de Licitação no decorrer da sessão.

8.4 – Qualificação Técnica

8.4.1 - Registro ou inscrição numa das entidades profissionais competentes (Associação Brasileira de Agências de Publicidade – ABAP ou ao Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de sua base territorial).

8.4.2 - Apresentação do Certificado de Qualificação Técnica concedido pelo CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão, atestando que a licitante tem estrutura profissional técnica e de conjunto mínimo de informações e dados de mídia, na configuração estabelecida pelo Anexo “A” das Normas-Padrão e conforme item 2.5.3 das mesmas Normas, para atendimento do art. 4º, caput e §1º da Lei nº12.232/2010.

8.4.3 - Descrição das instalações físicas e do instrumental técnico de que dispõe a empresa para atender às linhas de atuação da presente licitação, com declaração expressa firmada pelo licitante, sob as penas da lei, de que os mesmos se encontram em perfeitas condições de operações.

8.4.4 - Qualificação da equipe de profissionais disponíveis para a realização do objeto desta licitação, através de relação contendo nome e qualificação de cada um dos membros da equipe técnica que se responsabilizará pelos trabalhos.

8.4.5 – 02 (dois) Atestado (s) de Capacidade Técnica expedido (s) por pessoa jurídica de direito público ou privado que comprove a execução, por parte da licitante, de serviços de características semelhantes aos licitados no presente processo, acompanhados de exemplos de notas fiscais e contratos. Os atestados deverão conter o timbre do emitente, estar assinados por representante legal de cada Contratante, devidamente identificados pelo nome, cargo e com dados que permitam à Comissão de Licitação obter informações, em caso de diligências.

8.4.6. Os documentos exigidos neste Edital deverão estar com o prazo de validade em vigor na data marcada para o recebimento do envelope “E” e poderão ser apresentados no original, por qualquer processo de cópia autenticada, de acordo com o item 7.1.

8.4.7. 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. Os documentos emitidos pela Internet poderão ser validados pela Comissão de Licitação no decorrer da sessão.

8.4.8 – Será inabilitado o licitante que deixar de apresentar quaisquer dos documentos exigidos para habilitação, ou os apresentar em desacordo com as exigências deste Edital.

9. DECLARAÇÕES

9.1 - Os licitantes deverão apresentar declarações, devidamente assinadas pelo representante legal da empresa, sob as penalidades cabíveis, de que:

a) Declaração de inexistência de fato superveniente impeditivo de habilitação, na forma do Art. 32, § 2º, da Lei 8.666/93, conforme modelo fornecido no Anexo II.

b) Declaração que não possui em seu quadro de pessoal empregado (s) com menos de 18 anos, em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e menores de 16 anos, em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 anos, nos termos do art. 7º, XXXIII, da Constituição Federal e art. 27, V, da Lei 8.666/93, conforme modelo no Anexo II.

c) Declaração que não existe em seu quadro de empregados, servidores públicos exercendo funções de gerência, administração ou tomada de decisão, conforme modelo fornecido no Anexo II.

d) Declaração de que conhece e concorda com todo o teor do edital, conforme modelo no Anexo II.

e) Declaração de que não se encontra declarada inidônea para licitar ou contratar com órgãos da Administração Pública, Federal, Estadual ou Municipal, de acordo com Anexo II.

10. ABERTURA DOS ENVELOPES E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

10.1 - No dia, hora e local designados neste Edital, a CPL receberá o ENVELOPE A (Via Não Identificada do Plano de Comunicação), o ENVELOPE B (Via Identificada do Plano de Comunicação), o ENVELOPE C (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) e o ENVELOPE D (Proposta de Preços).

10.2 - As empresas licitantes participarão dos procedimentos desta licitação representados por pessoa devidamente credenciada, com poderes para manifestar-se sobre questões administrativas e técnicas de interesse de sua empresa.

10.3 - Iniciada a sessão de abertura, o Presidente da CPL irá declarar o encerramento do prazo para recebimento dos envelopes, após o que nenhum envelope será recebido pela CPL; pelo que se recomenda que todos os interessados estejam no local designado, minutos antes do horário previsto para o recebimento dos envelopes.

10.3.1 - Caso não haja participante no horário designado para a abertura, o Presidente concederá tolerância de 15 (quinze) minutos, após o início da sessão de acordo com horário marcado neste edital, para suprir possíveis atrasos. Transcorrido os 15 (quinze) minutos, sem a presença de qualquer interessado, o certame será declarado deserto.

10.4 - Em seguida proceder-se-á à abertura dos ENVELOPES A e C, os quais serão rubricados pelos membros da CPL e pelos representantes legais das empresas licitantes, não cabendo posteriormente qualquer reclamação por parte daquela que se abster de rubricá-las, encerrando-se a sessão para, em caráter reservado, ser procedida a análise por parte da equipe técnica.

10.5 - No mesmo dia, a CPL encaminhará os ENVELOPES A e C para que a comissão técnica proceda ao julgamento individualizado de acordo com o disposto no artº 11, §4º, incs. III, IV, V e VI da Lei nº12.232/2010 com os critérios pertinentes e adequados ao objeto licitado, considerando os itens para pontuação técnica definidos neste Edital, sendo divulgado o resultado de julgamento. A comissão técnica não participará de nenhuma sessão de recebimento e abertura de envelopes.

10.6 - Concluída a fase de avaliação e classificação das Vias Não Identificadas e Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, a CPL procederá à abertura dos envelopes de Proposta Técnica - Via Identificada (ENVELOPES B) e acontecerá a identificação das propostas, podendo na mesma reunião, divulgar as classificações dos licitantes nos quesitos "PROPOSTA TÉCNICA".

10.7 - A classificação das proponentes será feita de acordo com a soma das valorações do Plano de Comunicação Publicitária e da Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de acordo com os pontos estabelecidos neste Edital e seus Anexos, para cada fator de avaliação.

10.8 - A CPL poderá determinar a suspensão da sessão, desde que se faça necessária, não cabendo qualquer reclamação por parte das licitantes presentes.

10.9 - A devolução dos envelopes contendo a Proposta de Preços dos concorrentes desclassificados dar-se-á após a homologação do julgamento do certame, mediante protocolo. Os envelopes não retirados em até 30 (trinta) dias corridos, contados da publicação do ato de homologação serão destruídos.

10.10 - Inexistindo recursos ou decididos os interpostos, será designada, pelos membros da CPL, reunião destinada à abertura dos ENVELOPES D (Propostas de Preços), com indicação da data, local e hora, ou, no caso da inexistência de propostas desclassificadas ou de desistência de recursos, poderá a CPL, se assim desejar, prosseguir a sessão com abertura dos ENVELOPES D (Propostas de Preços).

10.11 - Abertos os ENVELOPES D, todos os documentos neles contidos serão rubricados pela comissão e por representantes das empresas participantes e colocadas à disposição dos presentes para exame e eventuais impugnações, após o que será encerrada a reunião para que a CPL proceda à avaliação das propostas, oportunidade em que determinará local, horário e dia para publicação do resultado.

10.12 - Inexistindo recursos ou decidindo os interpostos, será designada, pelos membros da comissão, a reunião destinada ao recebimento e à abertura dos ENVELOPES E (Habilitação) dos licitantes classificados, com indicação da data, local e horário, ou, no caso da inexistência ou desistência de recursos, poderá a CPL, a seu critério, prosseguir a sessão da publicação do resultado do julgamento, procedendo, na mesma sessão, o recebimento e a abertura dos ENVELOPES E.

10.13 - A CPL lavrará atas circunstanciadas da abertura dos envelopes das Propostas Técnicas, das Propostas de Preços, da Habilitação e dos seus respectivos julgamentos.

10.14 - Reconhecida a habilitação da licitante melhor classificada no julgamento final, será homologado e adjudicado o objeto licitado, observado o disposto no § 3º do art. 2º da Lei 12.232 de 29/04/2010;

10.15 - O ato de homologação será publicado nos termos da Lei 8.666/93.

11. APRESENTAÇÃO DOS ENVELOPES

11.1. As propostas e a documentação de habilitação deverão ser entregues em 05 (cinco) envelopes separados, fechados de forma indevassável, exceto o envelope A, que não deve estar fechado, mas com todo o seu conteúdo dentro do citado envelope, devendo constar, na parte frontal dos mesmos, exceto no envelope A as seguintes inscrições:

11.1.1 - ENVELOPE A

Plano de Comunicação (VIA NÃO IDENTIFICADA) - este envelope não poderá conter qualquer marca ou identificação externa ou interna em seu conteúdo e deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

11.1.1.1. Este envelope será padronizado, fornecido pela Prefeitura Municipal de Gravatá.

11.1.1.1.1. O Envelope A, destinado à apresentação da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, será padronizado e fornecido previamente pela Prefeitura Municipal de Gravata, sem nenhum tipo de identificação do licitante. O envelope, os textos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária e suas respectivas peças e planilhas não poderão conter nenhuma identificação, ou seja, nomes, expressões, slogans, marcas, símbolos ou ícones de trabalho das licitantes ou de conhecimento do mercado publicitário, sob pena de automática desclassificação da proponente.

11.1.2 - ENVELOPE B

PLANO DE COMUNICAÇÃO (IDENTIFICADO)

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

CONCORRÊNCIA Nº 002/2021.

PREFEITURA MUNICIPAL DE GRAVATÁ

11.1.3 - ENVELOPE C

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

CONCORRÊNCIA Nº 002/2021.

PREFEITURA MUNICIPAL DE GRAVATÁ

11.1.4 - ENVELOPE D

PROPOSTA DE PREÇOS

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

CONCORRÊNCIA Nº 002/2021.

PREFEITURA MUNICIPAL DE GRAVATÁ

11.1.5 - ENVELOPE E – HABILITAÇÃO

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

CONCORRÊNCIA Nº 002/2021.

PREFEITURA MUNICIPAL DE GRAVATÁ

12. PROPOSTA TÉCNICA (ENVELOPES A, B e C)

12.1 – A Proposta Técnica deverá ser acondicionada em três envelopes timbrados e distintos da licitante, exceto o envelope A, que será padronizado e fornecido previamente pela Prefeitura Municipal de Gravata.

12.1.1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, no ENVELOPE A.

12.1.2 - O ENVELOPE A, Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Idéia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia), não poderá ter nenhuma identificação na parte externa, para preservar – até a abertura do ENVELOPE B – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária.

12.1.3 - A Comissão Permanente de Licitação só aceitará o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no ENVELOPE A fornecido obrigatoriamente pela PREFEITURA.

12.1.4 - O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser redigido em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente – com clareza, sem emendas ou rasuras, e ser elaborado, da seguinte forma:

- caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda;
- capa e contracapa em papel A4, branco, com gramatura entre 75 e 90g, ambas em branco. Não deverão ser usadas sobrecapas em plástico ou qualquer outro material;
- conteúdo impresso em papel A4, branco, com gramatura entre 75 e 90g, orientação retrato;
- com espaçamento de 2cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- com espaçamento “simples” entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- alinhamento justificado do texto;
- títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- com texto em fonte “arial”, tamanho 12 pontos;

- com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, em fonte "arial", tamanho 12 pontos, no canto inferior direito da página, exceto em seus eventuais anexos;
- 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.
- sem identificação do LICITANTE.

12.1.5 - 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 20 (vinte) laudas, não computadas nesse limite a capa e contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquestos.

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

12.1.7 - Os exemplos de peças e/ou materiais integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente (soltas) do caderno de que trata o subitem 12.1.4

12.1.8 - As tabelas e gráficos integrantes dos subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão:

a) Ser editados em cores;

b) Ter seu conteúdo editado com a fonte "arial", em tamanho compatível com as informações expressas;

c) Ser apresentado em papel A3 dobrado, que será considerado 02 (duas) páginas para efeito do subitem 12.1.5

12.1.8 - 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 fontes habitualmente utilizados nesses documentos, não sendo exigida formatação de margem específica;

c) Ser apresentado em papel A3 dobrado de forma a adequar seu formato ao caderno em que estão inseridos.

12.1.9 - O ENVELOPE A deverá ser retirado pelo interessado, até o primeiro dia útil anterior à data prevista para a Sessão de abertura da Licitação, no horário de 08h às 12h, na sede da Comissão Permanente de Licitações da Prefeitura Municipal de Gravata, situada à Rua Izaltino Poggi, 265, Prado, Gravata – PE.

12.2 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, no ENVELOPE B, a saber:

12.2.1 - O ENVELOPE B será providenciado pelo LICITANTE, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

12.2.2 - O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, deverá ter o mesmo teor da via não identificada do plano de comunicação publicitária, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.

- em papel A4, timbrado;
- com espaçamento de 2cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- com espaçamento "simples" entre as linhas;
- com texto em fonte "arial", tamanho 12 pontos;
- com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- em caderno único;
- ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação do LICITANTE, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

12.3 - Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, no ENVELOPE C, a saber:

12.3.1 - O ENVELOPE C será providenciado pelo LICITANTE, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

12.3.2 - O ENVELOPE C e os documentos nele acondicionados (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (ENVELOPE A) e que permita identificar a autoria deste antes da abertura do ENVELOPE B.

12.3.3 - A documentação dos ENVELOPES B e C deverá estar em papel timbrado do LICITANTE, sem emendas ou rasuras, devendo ainda ser datada e assinada na última folha e rubricada nas demais, por seu representante legal ou procurador, com poderes para o exercício da representação.

12.4 - Normas para Elaboração da Proposta Técnica

12.4.1 - A Proposta Técnica será composta de:

- Plano de Comunicação Publicitária.
- Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

12.4.2 – O PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA consistirá em um conjunto de textos com limite máximo de 20 (vinte) páginas, incluídos nestas os subquesitos Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças e ou material prevista no subitem de Ideia Criativa, não havendo limite de páginas para os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e Não Mídia. Os tópicos descritos na Estratégia de Mídia permitem até 5 (cinco) anexos cada, inclusos no volume, que devem obedecer às recomendações dispostas em cada uma destas alíneas sem prejuízo das demais.

12.4.3 - O Plano versará sobre os seguintes tópicos com base no **briefing (Anexo I)**:

C.1 – **RACIOCÍNIO BÁSICO** – composto de um texto, em que o licitante demonstrará sua compreensão sobre as ações de comunicação publicitária a cargo da Prefeitura Municipal de Gravata, o contexto do município e sua população (dados socio-demográficos), 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 Prefeitura Municipal de Gravata e da campanha em específico tratada no briefing;

c) premissas básicas para o desenvolvimento da estratégia de comunicação da Prefeitura de Gravata, levando em consideração elementos demográficos do município.

C.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.

C.3 – **IDÉIA CRIATIVA** – síntese da estratégia de comunicação publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, acompanhada de 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 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 C.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 C.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 C.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 A podem ser dobradas.

IV. Cada peça e ou material impresso deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, roteiro de filme para 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 C.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.

e) Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas exemplificadas, até o limite de que trata a alínea 'a' do subitem C.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 – entre outros), apenas será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única;

IV. um hot site e todas as suas páginas serão considerados uma peça;

V. um filme e o hot site em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;

VI. um banner e o hot site para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

VII. um hot site cuja página de abertura e/ou demais páginas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao hot site, será considerado apenas uma peça.

C.4 – ESTRATÉGIA DE 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 propostas, podendo ser seguido de gráficos referenciais;

d) Simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material destinados à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, métricas, tabelas, gráficos e planilhas.

I. Todas as peças e material que integrem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem

C.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:

I. Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

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

III. Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia com as respectivas quantidades a serem produzidas;

IV. Demais valores (absolutos e percentuais) que incluam o orçamento do exercício, inclusive custos de pesquisas adicionais e eventuais reservas técnicas designadas.

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;

12.4.4 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

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

- Quantificação e qualificação dos profissionais que serão postos à disposição da linha de atuação, sob forma de currículo reduzido dos profissionais, discriminando as diferentes áreas de atendimento (estudo, planejamento, criação, produção de rádio, cinema e televisão, produção gráfica, mídia e atendimento), devendo o licitante indicar, caso a caso, quantos profissionais de cada nível servirão à linha de atuação.
- Sistemática de atendimento, com clara indicação das obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento do licitante, incluindo prazos a serem observados desde o momento da solicitação dos serviços até sua criação, produto e veiculação.
- As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato.

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

B - REPERTÓRIO: 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 mídia exterior (OOH);
- I. 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.
- II.. Serão considerados trabalhos veiculados registrados a partir de 01 de janeiro de 2016.
- III. Serão vedados os trabalhos que tiverem qualquer referência direta ou indireta da Prefeitura de Gravata.
- IV. 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. Conforme solicitação do licitante.

C - RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO: Relatos de até 02 (dois) *cases histories*, com textos de, no máximo 03 (três) páginas, em que serão descritas pela licitante soluções bem-sucedidas para problemas de comunicação, planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

C.1 As propostas de que trata o subitem anterior devem ter recebido a autorização para sua produção ou ter sido veiculada a partir de 1º de janeiro de 2016.

C.2 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 Municipal de Gravata seja ou tenha sido signatária.

C.3. 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.

C.4. 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.

C.5 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:

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.

12.4.5 - A CAMPANHA SIMULADA - Para efeito de avaliação, o (s) licitante (s) deverá (ão) apresentar uma campanha simulada para a Prefeitura Municipal de GRAVATÁ/PE, sobre o tema apontado no BRIEFING constante no Anexo I deste Edital, com duração de 30 (trinta) dias, prevendo uma verba para este exercício de campanha de R\$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais).

13) CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

- a) Raciocínio Básico: máximo de 10 pontos.
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária: máximo de 20 pontos.
- c) Idéia Criativa: máximo de 20 pontos.
- d) Estratégia de Mídia: máximo de 15 pontos.
- e) Capacidade de Atendimento ao Cliente: máximo de 15 pontos.
- f) Repertório: máximo de 10 pontos.
- g) Relato de Soluções de Problemas de Comunicação: máximo de 10 pontos

13.2 - Serão considerados os seguintes atributos no julgamento técnico:

a) Na avaliação do Raciocínio Básico, a acuidade de compreensão:

- Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação.
- Do (s) desafio (s) ou do (s) problema (s), geral e/ou específico, de comunicação a ser (em) enfrentado (s) pela comunicação da Prefeitura de Gravata, conforme o briefing em anexo.
- Das necessidades de comunicação da Prefeitura de Gravata para enfrentar esse (s) desafio (s) ou problema (s), conforme o briefing em anexo.

- Das definições presentes em briefing e objetivos dela relacionados e propostos pela concorrente de forma geral.
- b) Na avaliação da Estratégia de Comunicação Publicitária, será observado:
- A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Prefeitura de Gravata e a seu (s) desafio (s) ou problema (s), geral e ou específico, de comunicação, conforme o briefing em anexo.
 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos.
 - A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Prefeitura de Gravata com seus públicos.
 - 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 de Gravata conforme o briefing em anexo.
 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.
 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a Prefeitura de Gravata, 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.
 - A composição de pontos de contato com os diversos públicos constantes em briefing e sua tangibilidade em estratégia pertinente ao desafio proposto.
 - 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.
- c) Na avaliação da Ideia Criativa, serão observadas nas propostas:
- Sua adequação ao (s) desafio (s) ou problema (s), geral e ou específico, de comunicação da Prefeitura de Gravata, conforme o briefing em anexo.
 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante.
 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo.
 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.
 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem.
 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta.
 - Sua pertinência às atividades da Prefeitura de Gravata e à sua inserção nos contextos social, político e econômico.
 - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou material apresentados.
 - A exequibilidade das peças e/ou do material.
 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e aos públicos propostos.
 - O manejo e adequação da linguagem e composição imagética, demonstrada em sua unidade criativa e qualidade técnica e exemplos apresentados.
- d) Na avaliação da Estratégia de Mídia e Não Mídia:
- O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários.
 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos, tanto demográfica quanto psicográficos, bem como uso de fontes fiáveis.
 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores.
 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura de Gravata;
 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou do material e dimensões de eficácia.
 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.
 - A existência de descritivos claros, em valores percentuais e absolutos, capazes de resumir a proposta apresentada.
- e) Na avaliação da Capacidade de Atendimento:
- O conceito de seus produtos e serviços no mercado.
 - A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias.
 - A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Gravata.
 - A adequação das instalações, da infraestrutura física e de tecnologia da informação e dos recursos materiais que estarão à disposição na execução do contrato.

- A operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura Municipal de Gravata 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 e fluxo deste relacionamento.

f) Na avaliação do Repertório:

- A ideia criativa e sua adequação e pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver.
- 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.
- A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas.
- 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.
- A diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação da Prefeitura de Gravata.

g) Na avaliação dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:

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

13.3 – Será desclassificada a proposta técnica que:

- a) Deixar de apresentar quaisquer documentos exigidos, ou apresentá-los em desacordo com este Edital.
- b) Não obtiver a nota mínima de 50 (cinquenta) pontos.

14) NORMAS PARA ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS E CRITÉRIOS DE JULGAMENTO

14.1 - A Proposta de Preços deverá ser apresentada em duas vias, conforme modelo fornecido no Anexo III, sem emendas, sem rasuras ou entrelinhas devidamente datadas e assinadas na última folha e rubricadas nas demais pelo representante legal da licitante.

14.2 - A Proposta de Preço deverá conter:

14.2.1 – Itens sujeitos a valoração, contendo as informações constantes deste Edital, indicando os percentuais em algarismos e por extenso, com os seguintes dados:

a) Percentual de desconto a ser concedido à Prefeitura Municipal de Gravata, sobre os custos internos, baseados na tabela referencial de custos internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco.

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

14.2.2 - Política de Negociação:

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

14.2.3 – Declaração do licitante sobre o tratamento dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, estabelecendo:

a) para os direitos de imagem (atores e modelos) e de autoria intelectual (criação, textos, produção, direção, trilha sonora original, arte-finalização e assemelhados), a cessão dos direitos patrimoniais de uso à Prefeitura Municipal de GRAVATÁ pelo tempo de duração da campanha.

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

c) o 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.

14.2.4 - Declaração do licitante se comprometendo a repassar à Prefeitura Municipal de GRAVATÁ todas as vantagens (pecuniárias ou não) obtidas nas negociações de preço com os veículos de comunicação e demais fornecedores e prestadores de serviços.

14.2.5 - Declaração do licitante 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.

14.2.6 - Prazo de validade mínimo de 60 (sessenta) dias; contados da data da entrega dos envelopes à Comissão Permanente de Licitação de Serviços.

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

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

15. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS:

15.1 As Propostas Técnicas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste edital, no Edital e em seus anexos. Para efeito de avaliação do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, a licitante deverá apresentar uma campanha simulada, considerando as orientações do briefing contido como anexo a este Edital.

15.2 Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica eleita segundo as condições que regem a Lei das Licitações, como critério de julgamento técnico, nas condições dos atributos indicados neste Edital.

15.3 A nota da Proposta Técnica será apurada segundo a metodologia a seguir:

Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

I. Raciocínio Básico: máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:

a) clareza e embasamento no conhecimento das características gerais da comunicação institucional da Prefeitura Municipal de Gravata: 1,0 (um) ponto;

b) conhecimento genérico dos serviços prestados pela Prefeitura Municipal de Gravata em todas as áreas a serem contempladas pelo Edital: 2,0 (dois) pontos;

c) adequada compreensão dos elementos do briefing proposto da Prefeitura Municipal de Gravata, tanto em sua missão na construção do plano de comunicação institucional, quanto no âmbito da proposta simulada em questão: 3,0 (três) pontos;

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

II. Estratégia de Comunicação: máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

a) a adequação do partido temático desdobrado do tema base e do conceito proposto à natureza e à qualificação das campanhas institucionais do Prefeitura Municipal de Gravata e a seu (s) desafio (s) ou problema (s), geral ou específico, de comunicação: 4 (quatro) pontos;

b) 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 Municipal de Gravata com seus públicos: 5 (cinco) pontos;

c) 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 propostas: 6 (seis) pontos;

d) a consistência lógica de 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 (cinco) pontos.

III. Ideia Criativa: máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

a) estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha: 5,0 (cinco) 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 do 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.

IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia: máximo de 15 (quinze) pontos, da seguinte forma:

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

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

c) estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante: 4,0 (quatro) pontos;

d) consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulada na proposta, incluindo métricas e rentabilidade mensuráveis e dimensões eficientes: 5,0 (cinco) pontos.

V. Capacidade de Atendimento: máximo de 15 (quinze) pontos, da seguinte forma:

a) capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura (física e em TI), dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Gravata: 8,0 (oito) pontos;

b) sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos quesitos: operacionalidade (fluxo e normas), segurança, presteza no atendimento às solicitações e grau de liberdade conferido à Prefeitura Municipal de Gravata na escolha de soluções alternativas: 7,0 (sete) pontos.

VI. Repertório: máximo de 10 (dez) pontos

A capacidade técnica e artística revelada pelo licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção, pertinência, clareza, qualidade de execução e acabamento: 10 (dez) pontos.

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

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

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

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

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

15.3.1 A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica.

15.3.2 A nota de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

15.3.3 Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior

nota.

15.3.4 Será desclassificada a Proposta que:

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

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

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

15.3.7 A nota de cada quesito corresponderá à média aritmética das notas atribuídas por cada membro da Subcomissão Técnica a ser designada que será composta dentro dos critérios estabelecidos no art. 10 e parágrafos, da lei nº12.232/2010, 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, Art. 11, da Lei nº 12.232/2010.

15.3.8 As propostas técnicas serão classificadas pela ordem decrescente de pontuação, sendo considerada classificada em primeiro lugar a que obtiver o maior somatório de pontos atribuídos aos quesitos, limitado ao total máximo de 100 (cem) pontos, respeitado o mínimo de 50 (cinquenta) pontos.

15.3.9 Em caso de empate, após pontuação final (técnica e de preço), será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação na avaliação técnica;

15.3.10 Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público, nos termos do art. 45, § 2º, da Lei no 8.666, de 1993.

16. PONTUAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS:

As Propostas de Preços das licitantes classificadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas no instrumento convocatório e em seus anexos e a avaliação dos itens de cada proposta de preços, conjuntamente, será efetuada de acordo com os critérios estabelecidos na tabela a seguir, nas condições de pontuação indicadas:

ITEM	DESCONTO	NOTA
01	Desconto (em percentual) a ser concedido à Prefeitura de Gravatá, sobre os CUSTOS INTERNOS, baseados na tabela referencial de custos internos do SINAPRO/PE - Sindicato das Agências de Propaganda de Pernambuco	- Desconto inferior a 20%: Nota = 0,00 - Desconto igual ou superior a 20%: Nota = 1,2 x Desconto Máximo = 60 pontos
02	Honorários (em percentual) a serem cobrados da Prefeitura de Gravatá, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada.	- Honorário igual ou maior a 15%: Nota = 0,00 - Honorário inferior a 15% Nota = 4,0 x (15-honorário) Máximo = 40 pontos

17. CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS (PONTUAÇÃO FINAL):

17.1 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 edital, mediante a aplicação da seguinte fórmula:

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

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

18. RECURSOS

18.1 - Das decisões da Comissão Permanente de Licitação relativas à habilitação ou inabilitação de licitante e julgamento das propostas caberá recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata.

18.2 - Interposto o recurso, será comunicado o fato aos demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo de 5 (cinco) dias úteis.

18.3 - O recurso será dirigido à Comissão Permanente de Licitação, podendo esta reconsiderar sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, fazê-lo subir devidamente informado à autoridade competente.

19. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

19.1 - Inexistindo manifestação recursal, a Comissão de Licitação adjudicará o objeto da licitação ao licitante vencedor, com a posterior homologação do resultado pela Autoridade Competente.

19.2 - Decididos os recursos porventura interpostos, e constatada a regularidade dos atos procedimentais, a Autoridade Competente homologará a adjudicação e determinará a contratação, no prazo previsto neste edital.

20. DO PRAZO E CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS / CRONOGRAMA FÍSICO FINANCEIRO:

20.1 Do prazo e Condições de Execução dos Serviços: Os serviços objeto do presente edital deverão ser executados no prazo de 12 (doze) meses, contados a partir da data de assinatura do contrato administrativo a ser firmado.

20.1.1 A CONTRATADA deverá no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, comprovar que mantém sede, escritório ou sucursal no Estado de Pernambuco, bem como, comprovar que possui 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;
- b) 1 (um) na área de planejamento;
- c) 1 (uma) dupla 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.

20.1.2 Os serviços deverão ser executados, conforme venham a ser solicitados pela Secretaria de Comunicação e Imprensa do Município de Gravatá/PE, devendo ser entregues, no Gabinete da Secretária, situado na Rua Ten. Cleto Campelo, nº 268, Centro, Gravatá/PE, CEP: 55.641-901.

20.1.3 Todos serviços a serem prestados pela CONTRATADA deverá ser precedidos da apresentação do competente projeto de apropriação de custos, o qual, após aprovação da Secretária de Comunicação e Imprensa do Município de Gravatá/PE, gerará a expedição de Ordem de Execução de Serviços (AUTORIZAÇÃO DE PRODUÇÃO/VEICULAÇÃO), conforme modelo definido pela mesma, 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.

20.1.4 Todos os serviços realizados serão documentados através da apresentação dos respectivos comprovantes de produção/veiculação, cópias das notas fiscais/faturas e duplicatas quitadas, emitidas pelos fornecedores.

20.1.5 Os serviços executados pela CONTRATADA constam no objeto deste Edital. A contratada atua por ordem e conta da Prefeitura, nos termos do subitem 1.1.8 deste Edital, assumindo assim às ordens da Prefeitura que assume as despesas decorrentes.

20.1.6 Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do 1º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010;

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

20.1.8 No caso do subitem anterior, a contratada procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o

fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 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, alterado pelo Decreto nº 9.412/2018;

20.1.9 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;

20.1.10 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;

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

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

20.1.13 Os originais dos materiais desenvolvidos para a execução dos serviços, inclusive fotos ficarão sob a guarda da Contratada, mas disponíveis a qualquer tempo para a Secretaria de Comunicação e Imprensa da Prefeitura Municipal de Gravata/PE, 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;

20.2 Do Cronograma Físico Financeiro / Condições de pagamento: Os pagamentos pelos serviços contratados serão efetuados em periodicidade mensal, no prazo de até 15 (quinze) dias úteis do mês subsequente a prestação dos serviços, contados da data da apresentação da nota fiscal/fatura dos serviços efetivamente realizados, devidamente autorizados e atestados pela Secretária de Comunicação Social e Imprensa do Município de Gravata/PE, condicionados à apresentação dos seguintes documentos:

I - Prova de inscrição e de situação no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda (CNPJ);

II - Certidão Conjunta de Débitos Relativos aos Tributários Federais e à Dívida Ativa da União, abrangendo inclusive as contribuições sociais previstas nas alíneas “a” a “d” do parágrafo único do Art. 11 da Lei nº 8.212, de 24 de julho de 1991;

III - Prova de regularidade para com as Fazendas Estadual e Municipal, do domicílio ou sede da CONTRATADA;

IV - Certificado de Regularidade de Situação perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - FGTS, fornecido pela Caixa Econômica Federal, dentro do prazo de validade;

VI- Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT, dentro do prazo de validade de acordo com a Lei Federal nº 12.440 de 07/07/2011.

20.2.1 O pagamento somente será realizado mediante crédito aberto em conta corrente em nome da CONTRATADA;

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

a) valor de CUSTOS INTERNOS, baseado na tabela referencial de custos internos do SINAPRO/PE - Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da 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 da Secretaria de Comunicação Social e Imprensa da Prefeitura Municipal de Gravata, 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 5% (cinco 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.

20.2.3 O faturamento dos serviços subcontratados de produção externa e veiculação deverá ser feito em nome da Prefeitura Municipal de Gravatá, devendo o pagamento dos serviços de produção externa ser feito diretamente na conta da agência, que se encarregará de repassar os valores devidos às empresas subcontratadas;

20.2.4 Nos casos de eventuais atrasos de pagamento, desde que a CONTRATADA não tenha concorrido de alguma forma para tanto, fica convencionado que a taxa de atualização financeira devida pela CONTRATANTE, entre a data acima referida e a correspondente ao efetivo adimplemento da parcela, terá a aplicação da seguinte fórmula:

$$EM = I \times N \times VP$$

Onde:

EM = Encargos moratórios;

N = Número de dias entre a data prevista para o pagamento e a do efetivo pagamento;

VP = Valor da parcela a ser paga.

I = Índice de atualização financeira = 0,0001644, assim apurado:

$$I = \frac{(TX/100) I}{365} = \frac{(6/100) I}{365} = 0,0001644$$

TX = Percentual da taxa anual = 6%.

20.2.5 A atualização financeira prevista no subitem anterior será incluída na fatura/nota fiscal seguinte ao do mês da ocorrência;

20.2.6 Os pagamentos poderão ser suspensos pelo o CONTRATANTE nos seguintes casos:

20.2.6.1 Não-cumprimento das obrigações assumidas que possam, de qualquer forma, prejudicar o CONTRATANTE;

20.2.6.2 inadimplência de obrigações da CONTRATADA para com a CONTRATANTE, por conta do estabelecido neste edital, no instrumento convocatório e seus anexos;

20.2.6.3 não-execução dos serviços nas condições estabelecidas nas OS;

20.2.6.4 erro(s) ou vício(s) na(s) Nota(s) Fiscal(is).

20.2.7 Os layouts, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA;

20.2.8 As despesas com o deslocamento de profissionais da CONTRATADA ou de seus representantes serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse da CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela CONTRATANTE;

20.2.9.1 Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por elas 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.

20.2.10 A CONTRATADA deverá apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de custos internos 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;

20.2.11 Os honorários de que tratam os subitens 5.2.2, "b", serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA;

20.2.12 A CONTRATADA não fará 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.

20.2.13 A CONTRATADA não fará 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;

20.2.14 As formas de remuneração poderão ser renegociadas segundo as Leis do CENP - Conselho das Normas-Padrão, no interesse do CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação do contrato;

20.2.15 Na execução do contrato, a CONTRATANTE poderá negociar com a CONTRATADA a obtenção de percentual de reversão superior aos percentuais inicialmente fixados em contrato, com vistas a obter condições mais vantajosas para o Município;

20.2.16 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;

20.2.17 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;

20.2.18 Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a CONTRATANTE, a seu critério, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la com a glosa da parte que considerar indevida;

20.2.19 Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais;

20.2.20 A CONTRATANTE não pagará, sem que tenha autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras;

20.2.21 Os pagamentos a terceiros por serviços prestados, incluídos os de veiculação, serão efetuados, pela CONTRATADA, nos prazos e condições previamente aprovados pela CONTRATANTE e expressos pelos fornecedores em documentos fiscais, considerando que a CONTRATANTE repasse à CONTRATADA os recursos necessários dentro do prazo determinado;

20.2.22 Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela CONTRATADA, de prazos de pagamento, serão de sua exclusiva responsabilidade, caso tenha recebido o numerário da CONTRATANTE;

20.2.23 A CONTRATADA apresentará à CONTRATANTE as cópias dos respectivos documentos fiscais que comprovem os pagamentos feitos a terceiros, até 10 (dez) dias consecutivos após sua realização;

20.2.24 É vedada a antecipação de pagamentos sem a contraprestação dos serviços;

20.2.25 As formas de remuneração estabelecidas neste edital poderão ser renegociadas, no interesse da CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação deste Contrato.

21 OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

21.2 Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pela Contratada, de acordo com as cláusulas contratuais e os termos de sua proposta;

21.3 Exercer o acompanhamento e a fiscalização dos serviços, por servidor especialmente designado, anotando em registro próprio as falhas detectadas, indicando dia, mês e ano, bem como o nome dos empregados eventualmente envolvidos, e encaminhando os apontamentos à autoridade competente para as providências cabíveis;

21.4 Notificar a Contratada por escrito da ocorrência de eventuais imperfeições no curso da execução dos serviços, fixando prazo para a sua correção;

21.5 Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

21.6 Comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de vinte quatro horas úteis;

21.7 Não permitir que os empregados da Contratada realizem horas extras, exceto em caso de comprovada necessidade de serviço, formalmente justificada pela autoridade do órgão para o qual o trabalho seja prestado e desde que observado o limite da legislação trabalhista;

21.8 Pagar à Contratada o valor resultante da prestação do serviço, no prazo e condições estabelecidas no Edital e seus anexos;

21.9 Efetuar as retenções tributárias devidas sobre o valor da Nota Fiscal/Fatura fornecida pela contratada, em conformidade o disposto na legislação vigente;

21.10 Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

21.11 Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

21.12 Coordenar e supervisionar, através da Secretaria de Comunicação e Imprensa, todos os serviços contratados, cabendo-lhes a competência de aprovar ou não os serviços propostos pela contratada; e,

21.13 Fornecer atestados de capacidade técnica quando solicitado, desde que atendidas as obrigações contratuais.

22 OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA:

22.2 Executar os serviços que lhe foram afetos conforme especificações deste edital e de sua proposta, com fiel observância às disposições da legislação em vigor, bem como, com a alocação dos empregados necessários ao perfeito cumprimento das cláusulas contratuais, além de fornecer os materiais e equipamentos, ferramentas e utensílios necessários, na qualidade e quantidade especificadas neste edital e em sua proposta;

22.3 Assumir inteira responsabilidade pela execução dos serviços que lhe forem adjudicados;

22.4 Fornecer e arcar com todas as despesas referentes aos recursos necessários à execução dos serviços objeto deste edital;

22.5 Reparar, corrigir, remover ou substituir, sem ônus para a Prefeitura, no total ou em parte, no prazo fixado pelo fiscal do contrato, os serviços efetuados em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou dos materiais empregados;

22.6 Responsabilizar-se pelos vícios e danos decorrentes da execução do objeto, de acordo com os artigos 14 e 17 a 27, do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 1990), ficando a Contratante autorizada a descontar da garantia, caso exigida no edital, ou dos pagamentos devidos à Contratada, o valor correspondente aos danos sofridos;

22.7 Responsabilizar-se pela boa execução e eficiência dos serviços que executar, assim como pelo cumprimento dos elementos técnicos recebidos, bem como por quaisquer danos decorrentes da realização destes serviços, causados à CONTRATANTE; ou a terceiros.

22.8 Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de

danos causados por culpa ou dolo de qualquer de seus empregados, prepostos ou contratados sem prévia autorização da CONTRATANTE;

22.9 Responsabilizar-se por quaisquer ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente edital;

22.10 Utilizar empregados habilitados e com conhecimentos básicos dos serviços a serem executados, em conformidade com as normas e determinações em vigor, e que atenda, dentre outros aos seguintes requisitos:

22.10.4 Qualificação para o exercício das atividades que lhe forem confiadas;

22.10.5 Bons princípios de urbanidade; e, pertencer ao quadro de empregados da CONTRATADA ou estar devidamente credenciado pela mesma.

22.11 Apresentar os empregados devidamente uniformizados e identificados por meio de crachá, além de provê-los com os Equipamentos de Proteção Individual - EPI, quando for o caso;

22.12 Apresentar à Contratante, quando for o caso, a relação nominal dos empregados que adentrarão o órgão para a execução do serviço;

22.13 Responsabilizar-se por todas as obrigações trabalhistas, sociais, previdenciárias, tributárias e as demais previstas na legislação específica, cuja inadimplência não transfere responsabilidade à Contratante;

22.14 Administrar seu quadro de pessoal no tocante às questões relativas a política salarial, a qual assumirá integralmente e por sua conta e risco as consequências financeiras da negociação, sendo expressamente vedada a transferência de quaisquer ônus trabalhistas à Prefeitura Municipal de Gravata.

22.15 Atender as solicitações da Contratante quanto à substituição dos empregados alocados, no prazo fixado pelo fiscal do contrato, nos casos em que ficar constatado descumprimento das obrigações relativas à execução do serviço, conforme descrito neste edital;

22.16 Instruir seus empregados quanto à necessidade de acatar as normas internas da Administração;

22.17 Instruir seus empregados a respeito das atividades a serem desempenhadas, alertando-os a não executar atividades não abrangidas pelo contrato, devendo a Contratada relatar à Contratante toda e qualquer ocorrência neste sentido, a fim de evitar desvio de função;

22.18 Relatar à Contratante toda e qualquer irregularidade verificada no decorrer da prestação dos serviços;

22.19 Não permitir a utilização de qualquer trabalho do menor de dezesseis anos, exceto na condição de aprendiz para os maiores de quatorze anos; nem permitir a utilização do trabalho do menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre;

22.20 Manter durante toda a vigência do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação;

22.21 Guardar sigilo sobre todas as informações obtidas em decorrência do cumprimento do contrato;

22.22 Arcar com o ônus decorrente de eventual equívoco no dimensionamento dos quantitativos de sua proposta, devendo complementá-los, caso o previsto inicialmente em sua proposta não seja satisfatório para o atendimento ao objeto da licitação, exceto quando ocorrer algum dos eventos arrolados nos incisos do § 1º do art. 57 da Lei nº 8.666, de 1993.

22.23 Abster-se de contratar os serviços adjudicados, sem a expressa anuência da Secretaria de Comunicação e Imprensa da Prefeitura Municipal de Gravata;

22.24 Atender satisfatoriamente e em consonância com o disposto neste edital, o objeto licitado;

22.25 Cumprir rigorosamente os prazos estipulados neste edital;

22.26 Manter os prazos ajustados neste edital e ratificados na proposta de preços da CONTRATADA;

22.27 Permitir e facilitar, a qualquer tempo, a fiscalização dos serviços contratados, colocando à disposição da CONTRATANTE, sempre que for solicitado, pelo setor responsável, facultando o livre acesso aos registros e documentos pertinentes, sem que essa fiscalização importe, a qualquer título, em responsabilidade por parte da Administração Municipal;

22.28 Acatar as solicitações do Secretário de Comunicação e Imprensa do Município de Gravata/PE, para iniciar ou paralisar os serviços, em qualquer fase;

22.29 Prestar esclarecimentos ao Secretário de Comunicação e Imprensa do Município de Gravata/PE, sobre eventuais atos ou fatos noticiados que a envolva independentemente de solicitação;

22.30 Prestar integral obediência à legislação relativa à medicina do trabalho;

22.31 Divulgar informações acerca da prestação dos serviços deste edital, que envolva o nome da Prefeitura Municipal de Gravata/PE, somente se houver expressa autorização desta;

22.32 Abster-se de caucionar ou utilizar o Contrato a ser firmado para qualquer operação financeira, sem prévia e expressa autorização da Prefeitura Municipal de Gravata/PE;

22.33 Realizar a contratação de outras empresas, para a execução total ou parcial de alguns serviços de que trata este edital, mediante anuência prévia, por escrito, do Secretário de Comunicação e Imprensa da Prefeitura Municipal de Gravata/PE, ressaltando-se que a CONTRATADA permanecerá com todas as suas responsabilidades contratuais perante a Secretaria de Comunicação e Imprensa e responderá pela supervisão dos mesmos;

22.34 Submeter-se, semestralmente, a avaliação realizada pela CONTRATANTE, sobre a qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação demandados, da diversificação dos serviços prestados e dos benefícios decorrentes da política de preços praticada;

22.35 Centralizar o comando da publicidade objeto do presente edital, na cidade de Gravata/PE. A seu critério, a CONTRATADA poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou de outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas, sem ônus para a CONTRATANTE;

22.36 Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na elaboração dos serviços, objeto deste edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde

que previamente aprovada pela CONTRATANTE;

22.37 Evitar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros e transferir, integralmente, à CONTRATANTE, descontos especiais (além de normais, previstos em tabelas), reaplicações, prazos especiais de pagamento e outras vantagens, dentro dos limites permitidos;

21.36.1 O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à CONTRATANTE, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado;

22.38 Realizar cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, 03 (três) propostas, com a indicação da mais adequada para sua execução;

22.39 Obter aprovação prévia da CONTRATANTE, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com o objeto deste Contrato;

22.40 Abster-se de proceder a contratação de serviços ou compra de material de empresas em que a Contratada ou seus funcionários tenham, direta ou indiretamente, participação societária ou qualquer vínculo comercial;

22.41 Produzir, de início, após a respectiva aprovação do serviço pela CONTRATANTE, 01 (uma) cópia em DVD dos vídeos e filmes, 01 (uma) cópia, em CD, de spots e jingles de rádio, e 02 (duas) provas de peças para revistas e jornais;

22.42 Orientar a produção e a impressão de peças gráficas (folhetos, cartazes, mala-direta etc.) aprovadas pela CONTRATANTE;

22.43 A quantidade do material a ser utilizado na veiculação só será definida após a aprovação da mídia pela CONTRATANTE;

22.44 Entregar à CONTRATANTE, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para uma avaliação de seu estágio;

22.45 Registrar em Relatórios de Atendimento, todas as reuniões e telefonemas de serviços entre a CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambas tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades;

22.45.4 Esses relatórios deverão ser enviados pela CONTRATADA à CONTRATANTE até o prazo máximo de 02 (dois) dias úteis após a realização do contato;

22.45.5 Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a CONTRATANTE solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 02 (dois) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório;

22.46 Adotar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os seus honorários, desde que essas ocorrências não tenham sido causadas pela própria CONTRATADA;

22.47 Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e a própria CONTRATANTE;

22.48 Em casos de contratação de terceiros para a execução, total ou parcial, de serviços estipulados neste edital, exigir dos eventuais contratados, no que couber, as mesmas condições do Contrato firmado com a Secretaria de Comunicação e Imprensa do Município de Gravata/PE;

22.49 Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE;

22.50 Responder perante a CONTRATANTE e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou por erro seu em quaisquer serviços objeto deste edital;

22.51 Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a CONTRATANTE;

22.52 Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedades ou direitos autorais, relacionados com os serviços objeto deste edital.

22.53 Emitir Nota Fiscal referente a prestação dos serviços durante o mês de referência, para fins de atestação e liquidação pela CONTRATANTE.

22.54 Proceder à prestação e execução dos serviços, de acordo com sua proposta e, com as normas e condições previstas neste edital e anexos, respondendo civil e criminalmente, pelas consequências de sua inobservância total ou parcial.

23 DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

23.1 Comete infração administrativa nos termos da Lei nº 8.666, de 1993, a Contratada que:

23.1.1 Inexecutar total ou parcialmente qualquer das obrigações assumidas em decorrência da contratação;

23.1.2 Ensejar o retardamento da execução do objeto;

23.1.3 Fraudar na execução do contrato;

23.1.4 Comportar-se de modo inidôneo;

23.1.5 Cometer fraude fiscal;

23.1.6 Não manter a proposta.

23.2 A Contratada que cometer qualquer das infrações discriminadas nos subitens acima ficará sujeita, sem prejuízo da responsabilidade civil e criminal, às seguintes sanções:

23.2.1 Advertência por faltas leves, assim entendidas aquelas que não acarretem prejuízos significativos para a Contratante;

23.2.2 Multa moratória de 0,3% (zero vírgula três por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 30 (trinta) dias;

23.2.3 multa moratória de 0,6% (zero vírgula seis por cento) ao dia, a partir do 31º dia de atraso, incidente sobre o valor da nota de empenho ou documento equivalente, sem prejuízo da rescisão do contrato a partir do 60º dia de atraso;

23.2.4 multa compensatória de 5% (cinco por cento) sobre o valor total do contrato, no caso de inexecução total do

objeto;

23.2.5 em caso de inexecução parcial, a multa compensatória, no mesmo percentual do subitem acima, será aplicada;

23.2.6 suspensão de licitar e impedimento de contratar com o órgão, entidade ou unidade administrativa pela qual a Administração Pública opera e atua concretamente, pelo prazo de até dois anos;

23.2.7 impedimento de licitar e contratar com o Município com o consequente descredenciamento no registro cadastral pelo prazo de até cinco anos;

23.2.8 declaração de inidoneidade 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, que será concedida sempre que a Contratada ressarcir a Contratante pelos prejuízos causados;

23.3 Também ficam sujeitas às penalidades do art. 87, III e IV da Lei nº 8.666, de 1993, a Contratada que:

23.3.1 tenha sofrido condenação definitiva por praticar, por meio doloso, fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;

23.3.2 tenha praticado atos ilícitos visando a frustrar os objetivos da licitação;

23.3.3 demonstre não possuir idoneidade para contratar com a Administração em virtude de atos ilícitos praticados.

23.3.4 A aplicação de qualquer das penalidades previstas realizar-se-á em processo administrativo que assegurará o contraditório e a ampla defesa à Contratada, observando-se o procedimento previsto na Lei nº 8.666, de 1993, e subsidiariamente a Lei nº 9.784, de 1999.

23.4 A autoridade competente, na aplicação das sanções, levará em consideração a gravidade da conduta do infrator, o caráter educativo da pena, bem como o dano causado à Contratante, observado o princípio da proporcionalidade.

24 DISPOSIÇÕES GERAIS

24.1 – Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, aquela licitante que não o fizer até o segundo dia útil que anteceder a abertura dos envelopes contendo as Propostas Técnicas, indicando as falhas ou irregularidades que viciaram o Edital, hipótese em que tal comunicação não terá efeito de recurso.

24.2 – A Prefeitura Municipal de Gravata poderá revogar a licitação por interesse público, devendo anulá-la por ilegalidade, de ofício, ou mediante provocação de terceiros. A contratada fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem nos serviços objeto desta licitação até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

24.3 - Para a execução dos serviços objeto desta Licitação, a vigência do contrato é de 12 (doze) meses, contados a partir da data da assinatura do contrato, podendo ser prorrogado a critérios das partes, mediante Termo Aditivo nos termos da Lei nº 8.666/93 e alterações posteriores.

24.4 – Acham-se contidas no modelo do contrato, conforme Anexo IV as demais disposições contratuais que para todos os fins e efeitos legais integram o presente Edital.

24.5 – O foro competente para dirimir quaisquer dúvidas ou lides que não possam ser solucionadas administrativamente será o da Comarca de Gravata, Estado de Pernambuco.

24.6 – Qualquer cidadão é parte legítima para impugnar este edital por irregularidade na aplicação da Lei, devendo protocolar o pedido até 05 (cinco) dias úteis antes da data fixada para abertura dos envelopes contendo as propostas técnicas.

Gravata/PE, 07 de outubro de 2021

Victor Hugo de Menezes
Presidente da CPL

ANEXO I BRIEFING

OBJETO: Constitui objeto da presente a contratação de agência de publicidade e propaganda para planejar, conceber, criar intermediar e supervisionar serviços de elaboração de planos de mídia e distribuição de publicidade aos veículos, produção de peças publicitárias de apoio a campanhas educacionais, eventos turísticos, culturais e artísticos e/ou marketing promocional do município e seus serviços, planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios de divulgação ou sobre o resultado das campanhas realizadas, além da criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação, para atender demandas da Prefeitura Municipal de Gravatá, através da Secretaria de Comunicação e Imprensa.

Conceito:

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

Importante destacar que as estratégias de comunicação devem atuar de maneira decisiva no processo de desenvolvimento e de implementação de várias formas de programas de comunicação persuasivos com a população em geral e programas potenciais específicos que venham a surgir no decorrer da atividade com a Prefeitura, incluindo comunicação para seu público interno, informativas, educacionais, ambientais e turísticas. É, portanto, missão das concorrentes ter atuação decisiva no processo de desenvolvimento e de implementação de várias formas de programas de comunicação persuasivos com a população em geral e programas potenciais específicos que venham a surgir no decorrer da atividade com a Prefeitura, incluindo comunicação para seu público interno, informativas, ambientais e turísticas.

Objetivo geral:

Gravatá está a apenas 80Km do Recife e é uma das principais cidades do Agreste do estado. Conhecida como a “Suíça Pernambucana”, destaca-se pelo seu polo turístico, gastronômico e moveleiro. Pela facilidade de acesso a partir da duplicação da BR-232 e por esta proximidade com a capital do estado, é uma cidade bastante procurada por quem aprecia paisagens bucólicas e clima ameno (média de 21º). Outros destaques são seus aspectos naturais, com cachoeiras, matas fechadas e piscinas naturais de água doce. São cenários ideais para quem curte esportes radicais, com prática de alpinismo, trilhas ecológicas, arborismo, rapel, motocross, mountain bike e muito mais. Sem falar nos relaxantes passeios a cavalo.

Desta maneira, principalmente no período de inverno, milhares de pessoas sobem a Serra das Russas em busca de serviços e produtos públicos e privados. Por isso, faz-se necessário atuar na divulgação da cidade como motor deste potencial turístico.

A divulgação dos equipamentos de Gravatá e seus serviços, e das ações institucionais e promocionais turísticas devem proporcionar o esclarecimento e a sensibilização do público de interesse, seja a população usuária e beneficiária dos serviços, programas e ações, seja da população da região, seja da comunidade em geral, utilizando uma linguagem correspondente a cada tipo de público. As ações devem ter alinhamento com o atual posicionamento da comunicação da administração municipal em vigor.

O desafio que se coloca para as participantes deste Certame é o desenvolvimento de uma campanha simulada, com ações particularmente desenvolvidas para uma campanha de incentivo ao turismo de Gravatá. Isso deve servir como base do trabalho publicitário a ser desenvolvido. É indispensável que, ao construir sua estratégia, a licitante demonstre já no raciocínio básico sua compreensão do problema de comunicação, propondo a conceituação da mensagem principal. Também deve ser proposta a síntese desta mensagem tangibilizada em slogan ou conceito capaz de ser usado para todos os públicos, promovendo unidade à comunicação. 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, tomando como fundamento criativo as informações disponibilizadas no briefing.

Desta forma, cada uma das concorrentes deve apresentar suas ações em forma de roteiros, layouts, ações de no media e textos de base informativa e persuasiva.

Objetivos específicos:

- Fixação do conceito desta nova administração, a ser desenvolvido por cada licitante, dentro da defesa do seu partido temático.
- Informar, explicar e aproximar a população dos atos, programas, obras, serviços e campanhas de interesse público e comunitário, promovidos pela Prefeitura de Gravata, observando o trabalho voltado para a educação, orientação e atração turística e, conseqüentemente, a geração de emprego e renda.
- Criar canais de comunicação que propiciem a compreensão e o entendimento dessas ações pelo público de interesse.
- Criação e desenvolvimento de peças publicitárias em consonância com as novas tecnologias, inclusive de comunicação digital, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.
- Fortalecer a credibilidade da Prefeitura e da sua nova gestão.
- Posicionar o Município como agente do desenvolvimento social e econômico.

Tema de Campanha:

“Gravata, uma cidade que acolhe e cuida de todos”

Públicos prioritários:

- População moradora do Recife e municípios da Região Metropolitana.
- População da Região Agreste.
- Agências turísticas, formadores de opinião, produtores de eventos e investidores. Público de interesse:
- População interna.

Recursos:

Para este segmento da comunicação publicitária deve-se realizar uma campanha simulada, com duração de 30 dias, utilizando-se de uma verba de R\$ 240.000,00 (Duzentos e quarenta mil reais). Tal valor deve incluir todos os custos de 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, vigentes na data de publicação deste Edital, sem incidência de descontos. Para os valores de honorários e comissão de veiculação, a licitante aplicará os limites máximos de remuneração previstos nas regras do Conselho Executivo das Normas-Padrão da Atividade Publicitária (CENP) – 15 e 20%, respectivamente. Para os custos internos, utilizar a tabela vigente do SINAPRO/PE – Sindicato das Agências de Publicidade do Estado de Pernambuco, sem incidência de descontos. E para os custos de produção (serviços técnicos de terceiros), devem ser utilizados os preços praticados pelo mercado. Não devem ser contemplados na proposta simulada quaisquer descontos constantes na proposta de preços presente em envelope específico.

Considerações Finais:

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



**ANEXO II - MODELOS
CREDENCIAMENTO E DECLARAÇÕES**

ANEXO A – EM TIMBRADO DO LICITANTE

CARTA DE CREDENCIAMENTO

Indicamos o(a) Sr.(a) _____, portador(a) da cédula de identidade nº _____, órgão expedidor _____, como nosso(a) representante legal na Licitação em referência, podendo rubricar a documentação de HABILITAÇÃO e das PROPOSTAS, prestar esclarecimentos, interpor recursos, assinar atas, desistir de prazos e recursos, enfim, praticar todos os atos que se façam necessários ao fiel cumprimento do presente Credenciamento.

Local e data

Atenciosamente

Assinatura do representante legal da empresa
CNPJ da empresa

ANEXO B – EM TIMBRADO DO LICITANTE

DECLARAÇÃO

A _____ CNPJ nº _____, DECLARA que não possui em seu quadro de pessoal servidores públicos exercendo funções técnicas, comerciais, de gerência, administração ou tomada de decisão (inciso III, do art. 9º da Lei 8.666/93).

Local e Data

Assinatura do representante legal da empresa
CNPJ da empresa

ANEXO C – EM TIMBRADO DO LICITANTE

DECLARAÇÃO DE HABILITAÇÃO

A Empresa _____, inscrita no CNPJ sob o nº. _____, DECLARA, sob as penas da Lei, que atenderá as exigências do Edital no que se refere à habilitação jurídica, qualificação técnica e econômico-financeira, e que está devidamente regular com toda documentação exigida no edital do CONCORRÊNCIA nº 002/2021.

Local e Data

Assinatura do representante legal da empresa
CNPJ da empresa

ANEXO D – EM TIMBRADO DO LICITANTE

**DECLARAÇÃO DE PLENO CONHECIMENTO
E CONCORDÂNCIA COM O EDITAL**

A Empresa _____, inscrita no CNPJ sob o nº. _____, DECLARA para os devidos fins de participação no CONCORRÊNCIA nº. 002/2021, que tem pleno conhecimento e concordância com o Edital.

Local e Data

Assinatura do representante legal da empresa
CNPJ da empresa

ANEXO E – EM TIMBRADO DO LICITANTE

DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE EMPREGADO MENOR

A Empresa _____, inscrito no CNPJ nº. _____, por intermédio de seu representante legal, o(a) Sr.(a) _____, DECLARA, para fins do disposto na Lei Federal nº 9.854, de 27/10/1999, publicada no DOU de 28/10/1999, e ao inciso XXXIII, do Art. 7º, da Constituição Federal, que não emprega menor de dezesesseis anos em trabalho algum.

Ressalva: emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz.

Local e Data

Assinatura do representante legal da empresa
CNPJ da empresa

(Observação: em caso afirmativo, assinalar a ressalva acima)

ANEXO F – EM TIMBRADO DO LICITANTE

DECLARAÇÃO DE QUE NÃO SE ENCONTRA DECLARADA INIDÔNEA PARA LICITAR OU CONTRATAR COM ÓRGÃOS DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA FEDERAL, ESTADUAL OU MUNICIPAL

A empresa _____, inscrita no CNPJ sob o nº _____, declara, sob as penas da lei, para fins do disposto no art. 30, III, da Lei nº 8.666/93, por intermédio do seu representante legal abaixo assinado, para fins de participação no **CONCORRÊNCIA Nº 002/2021**, que não nos encontramos declarada inidônea para licitar ou contratar com órgãos da Administração Pública Federal, Estadual, Municipal e do Distrito Federal.

Local e Data

Assinatura do representante legal da empresa
CNPJ da empresa



ANEXO III – PROPOSTA DE PREÇOS E VALORAÇÃO

À

Prefeitura Municipal de Gravata
Comissão Permanente de Licitação
Ref: CONCORRÊNCIA Nº 002/2021

PROPOSTA DE PREÇOS E VALORAÇÃO

1 – Objeto

O objeto da presente licitação é a Contratação de Empresa Especializada para Prestação de Serviços de Publicidade e Propaganda, de Caráter Educativo, Informativo e de Orientação Social, para os Órgãos da Prefeitura Municipal de Gravata – PE.

2 - Remuneração proposta

2.1 - Percentual de **desconto** a ser concedido à Prefeitura Municipal de Gravata, sobre os **custos internos**, baseados na tabela referencial de custos internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco: _____%(por extenso).

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

3 - Política de Negociação (descrever nos termos do edital de licitação)

3.1

3.2

3.3

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

4.1

4.2

4.3

5 - **Prazo de validade** da proposta: mínimo de 60 (sessenta) dias contados da data da entrega dos envelopes à Comissão Permanente de Licitação de Serviços.

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

Local e Data

Assinatura do representante legal da empresa
CNPJ da empresa

ANEXO IV – MINUTA DO CONTRATO

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

PROCESSO Nº. 056/2021

CONCORRÊNCIA Nº. 002/2021

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA que entre si celebram a **PREFEITURA MUNICIPAL DE GRAVATÁ** e a agência _____.

A **PREFEITURA MUNICIPAL DE GRAVATÁ**, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 11.049.830/0001-20, com sede na Rua Cleto Campelo, 268, Centro, Gravatá/PE, doravante neste instrumento denominado CONTRATANTE, através da Secretaria de Comunicação Social e Imprensa, neste ato representada por _____, CPF nº _____, Identidade nº _____, residente e domiciliado nesta cidade, de outro lado a empresa _____, CNPJ _____ com sede à Rua _____, nº _____, Bairro _____, doravante neste instrumento denominada CONTRATADA, neste ato representada por _____ (cargo que exerce na empresa) resolvem, com fundamento na Lei 12.232/2010; aplicação complementar das Leis nº 4.680/1965 e nº 8.666/93 e na Lei Complementar nº 123/2006; no Decreto nº 57.690/1966, alterado pelo Decreto nº 4.563/2002 e nas Normas-Padrão da Atividade Publicitária, celebrar o presente Contrato de prestação de serviços de publicidade e propaganda, tudo de acordo com o Processo Licitatório nº 056/2021, na modalidade **CONCORRÊNCIA nº 002 /2021**, o que fazem nos termos das cláusulas e condições adiante expressas:

Cláusula Primeira – OBJETO – O objeto da presente licitação é a Contratação de Empresa Especializada para Prestação de Serviços de Publicidade e Propaganda, de Caráter Educativo, Informativo e de Orientação Social, para os Órgãos da Prefeitura de Gravatá - PE.

Cláusula Segunda - O PREÇO - O valor estimado para a execução do presente contrato corresponde a R\$ _____ (_____), constituído pela soma dos valores das diversas atividades desenvolvidas durante a execução do projeto.

Cláusula Terceira - CONDIÇÕES DE PAGAMENTO - O pagamento será efetuado mensalmente, com apresentação da nota fiscal/fatura e acompanhada do atestado da execução do serviço.

Parágrafo único – O pagamento será efetuado em até 15(quinze) dias.

Cláusula Quarta - PRAZO DO CONTRATO - O prazo do presente contrato é de 12 (doze) meses, a contar de ____ (____) de _____ 2021, e término em ____ de _____ de 2022, podendo ser prorrogado em iguais e sucessivos períodos, conforme autoriza o art. 57, inc. II da Lei nº 8.666/93.

Cláusula Quinta - DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA –

UNIDADE ORÇAMENTÁRIA: 020400 – SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA

PROJETO/ATIVIDADE: 04.131.0020 – SUPERVISÃO E COORDENAÇÃO SUPERIOR

PROGRAMA: 2212

ELEMENTO DE DESPESA: 3.3.90.39 – OUTROS SERVIÇOS PJ

FONTE: 00

Cláusula Sexta - DAS GARANTIAS - Em garantia da execução do Objeto deste contrato a contratada apresentará neste ato uma garantia correspondente a 3% (três por cento) do valor estimado do contrato, podendo optar por uma das 03 (três) modalidades, previstas no art. 56, parágrafo 1º da Lei 8.666/93.

Cláusula Sétima - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE - Além das demais obrigações, expressamente previstas nas demais cláusulas deste contrato, a contratante se obriga a:

a - Efetuar o pagamento dos serviços contratados nos prazos e formas previstas na cláusula terceira.

Cláusula Oitava - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA - Além das demais obrigações, expressamente previstas nas demais cláusulas do presente contrato, a contratada se obriga a:

a - Responsabilizar-se por danos morais ou materiais, causados à Administração ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo, quando da execução do Contrato, não excluindo ou reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou acompanhamento da Prefeitura Municipal de Gravata.

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

c - Apresentação à Prefeitura Municipal de Gravata dos encargos previdenciários e tributários pela contratada quando a ela for responsável apresentado copia do recolhimento ao Departamento de Gestão Financeira.

d - Prestar e deixar sempre atualizada a caução a ser dada pela contratada.

Cláusula Nona - DAS PENALIDADES - O não cumprimento na execução do serviço por parte da contratada, ou fora das condições pré-determinadas, implicará nas providências indicadas a seguir, facultada a ampla defesa nos termos da Lei.

a - Multa de 5% (cinco por cento) do valor de sua proposta, na hipótese de a licitante vencedora desistir expressamente desta licitação ou não assinar o contrato no prazo previsto neste Edital, sem prejuízo das sanções previstas no art. 81 da Lei nº 8.666/93.

b - Pela inexecução total ou parcial do contrato a Administração poderá, garantida a prévia defesa, aplicar ao contratado as sanções previstas nos incisos I, II, III e IV, do Art. 87, como também as sanções previstas nos incisos I, II e III do Art. 88 da Lei 8.666/93.

c - Para o caso do cancelamento da prestação de serviços, a multa de 10 (dez por cento), será cobrada de forma judicial.

d - As penalidades previstas neste Edital poderão ser relevadas quando ocorrer fato superveniente devidamente comprovado, ou, ainda, quando justificada e aceita, pela autoridade responsável pela fiscalização do cumprimento do contrato.

Cláusula Décima - DA RESCISÃO - O presente contrato poderá ser rescindido nas hipóteses previstas no art. 78, ou, amigavelmente, nos termos do Inciso II, do art. 79, da Lei nº 8.666/93.

Cláusula Décima Primeira - VINCULAÇÃO AO EDITAL - Este contrato está vinculado formalmente a todas as normas e deliberações constantes da CONCORRÊNCIA nº 002/2021, as quais ficam fazendo parte integrante deste contrato, independentemente de sua transcrição neste instrumento.

Cláusula Décima Segunda - LEGISLAÇÃO APLICÁVEL - Lei 8.666/93, Lei 12.232/2013, Lei 4.680/65, no Decreto 57.690/66 com as alterações do Decreto 4.563/2002, Normas-Padrão da Atividade Publicitária e Lei Complementar 123/06 são as normas aplicáveis para dirimir qualquer dúvida ou litígio decorrente deste Contrato.

Cláusula Décima Terceira - DA PUBLICAÇÃO - Compete à contratante providenciar, as suas expensas, a publicação do extrato do presente contrato do Diário Oficial do Estado, até o 5º (quinto) dia do mês subsequente ao de sua assinatura.

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

Cláusula Décima Quinta - TAXAS, IMPOSTOS, TARIFAS E CONTRIBUIÇÕES - Correrão por conta da contratada, todos os impostos, taxas, tarifas e contribuições decorrentes do presente contrato e de sua execução.

E por estarem assim justos e contratados, assinam as partes o presente contrato, o qual foi elaborado em 02 (duas) vias de igual teor e forma, para que produza todos os efeitos legais.

Gravatá /PE, ____ de _____ de 2021

CONTRATANTE

CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

1. _____ CPF _____

2. _____ CPF _____



ANEXO V – PROTOCOLO DE RECEBIMENTO DO EDITAL

CONCORRÊNCIA 002/2021

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, DE CARÁTER EDUCATIVO, INFORMATIVO E DE ORIENTAÇÃO SOCIAL, PARA OS ÓRGÃOS DA PREFEITURA DE GRAVATÁ - PE

Razão Social			
CNPJ		Inscrição Estadual	
Endereço		Número	Bairro
Cidade		Estado	CEP
E-mail			Telefone
Pessoa para contato			

Recebemos, nesta data, cópia do Edital da licitação, e de todos os seus anexos, acima identificada.

_____, _____ de _____ de 2021

Assinatura

Nome

IMPORTANTE: Visando a comunicação futura entre esta Prefeitura Municipal com as empresas participantes, solicito a gentileza de preencher o recibo de retirada de Edital. O não preenchimento exime o Departamento de Licitações da comunicação de eventuais retificações ocorridas no instrumento convocatório, bem como de quaisquer informações adicionais.