



## Comissão Permanente de Licitação 01

### PROCESSO LICITATÓRIO Nº. 017/2021 TOMADA DE PREÇOS Nº. 003/2021

O **MUNICÍPIO DOS PALMARES**, através da Comissão Permanente de Licitação 01 da Prefeitura Municipal dos Palmares, nomeada pela Exmo. Sr. Prefeito através da Portaria nº. 044/2021 torna público, para conhecimento dos interessados, que realizará a licitação acima indicada, sob a forma de execução indireta, do **TIPO TÉCNICA E PREÇO**, visando à **Contratação de Agência de Propaganda para a prestação de serviços de publicidade e propaganda, de caráter educativo, informativo e de orientação social da Prefeitura Municipal dos PALMARES – PE, Fundo Municipal de Educação, Fundo Municipal de Saúde e Fundo Municipal de Assistência Social**, sob a regência da Lei nº. 8.666/93 e alterações posteriores, **a realizar-se no dia 09 de setembro de 2021, às 10h30min** no prédio onde se encontra instalada a Comissão Permanente de Licitação, sito AV. Visconde do Rio Branco, 1368, São Sebastião, Palmares - PE.

#### 1) FUNDAMENTAÇÃO LEGAL

1.1. A presente licitação será regida pelas seguintes normas:

- a) Lei Federal nº 12.232/10;
- b) Lei Federal nº 8.666/93 na sua atual redação;
- c) Lei Federal nº 4.680/65;
- d) Decreto Federal nº 57.690/66;
- e) Decreto Federal nº 4.563/02.

#### 2) OBJETO

2.1 - Constitui objeto da presente licitação a **Contratação de Agência de Propaganda para a prestação de serviços de publicidade e propaganda, de caráter educativo, informativo e de orientação social da Prefeitura Municipal dos PALMARES – PE, Fundo Municipal de Educação, Fundo Municipal de Saúde e Fundo Municipal de Assistência Social.**

2.2 - Os serviços de publicidade e propaganda acima mencionados compreenderão:

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3o da Lei Federal nº 12.232/10;
- b) à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- c) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

2.3 - Compõem o presente instrumento os seguintes anexos:

**ANEXO I** – Termo de Referência

**ANEXO II** - Briefing

**ANEXO III** – Proposta de Preço e Valoração

**ANEXO IV** – Normas Reguladoras da Atividade Publicitária e Valores Referenciais de Honorários Internos das Agências De Publicidade



## Comissão Permanente de Licitação 01

### ANEXO V – 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.
- g) Declaração de Cumprimento das Condições de Habilitação Microempresa e Empresa de Pequeno Porte

### ANEXO VI – Minuta do Contrato

### ANEXO VII – Protocolo de Recebimento de Edital

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

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

### 3) VALOR ESTIMADO DESTA LICITAÇÃO

3.1 – Estima-se esta licitação em **R\$ 600.000,00 (Seiscentos e mil reais)**, divididos da seguinte forma: **Prefeitura Municipal dos Palmares - R\$ 200.000,00 (Duzentos mil reais); Secretaria Executiva Municipal de Educação (Fundo Municipal de Educação) – R\$ 150.000,00 (Cento e Cinquenta mil reais), Secretaria Executiva Municipal de Saúde (Fundo Municipal de Saúde) – R\$ 150.000,00 (Cento e Cinquenta mil reais) e Secretaria Executiva Municipal de Assistência Social (Fundo Municipal de Assistência Social) – R\$ 100.000,00 (Cem mil reais).**

### 4) RECURSOS FINANCEIROS PREVISTOS

4.1 - Os créditos orçamentários para a execução dos serviços ora licitados são provenientes das seguintes dotações orçamentárias:

**FUNDO MUNICIPAL DA ASSISTÊNCIA SOCIAL DE PALMARES**  
**08.122.0801.2008.0000 - MANUTENÇÃO DAS ATIVIDADES ADMINISTRATIVAS DO FMAS**  
**3.3.90.39.74 - OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA**

**FUNDO MUNICIPAL DE SAÚDE**  
**10.122.1001.2299.0000 - MANUTENÇÃO E GESTÃO DAS ATIVIDADES ADMINISTRATIVAS DA SECRETARIA DE SAÚDE**  
**3.3.90.39.00 - OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS PESSOA JURÍDICA**

**SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONOMICO E TURISMO**  
**04.122.0410.2142.0000 – CERIMONIAL, SOLEN, EVENTOS, PUBLIC, E DIVULGAÇÃO INSTITUCIONAL**  
**3.3.90.39.00 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS – PESSOA JURÍDICA**  
**FUNDO MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO DE PALMARES**



## Comissão Permanente de Licitação 01

**Unidade Orçamentária: 15001- SECRETARIA MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO DE PALMARES**

**Função: 12 – Educação/ Subfunção: 361 - Ensino Fundamental**

**Ação: 2.32- Manutenção das Atividades Gerais da Secretaria de educação**

**Despesa: 3.3.90.39.00 - Outros Serviços de Terceiros PJ**

### 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.

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

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 PALMARES-PE.

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 02 (dois) dias úteis antes da sessão 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 V**, 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) CONDIÇÕES DE HABILITAÇÃO



## Comissão Permanente de Licitação 01

6.1 - 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 pela Comissão Permanente de Licitação.

6.1.1 - No caso de conferência das cópias pela Comissão Permanente de Licitação a empresa interessada em participar do certame deverá comparecer, através de seu representante, a sala da Comissão Permanente de Licitação no prazo de 48h (quarenta e oito horas) anteriores a abertura da sessão de julgamento, munida dos documentos originais e cópias.

### **6.1.1 - Habilitação Jurídica**

- a) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor e todos os aditivos, requerimento empresarial qualquer um devidamente registrados, em se tratando de sociedades comerciais, e no caso de sociedade por ações, acompanhado da data da assembléia que elegeu seus atuais administradores; em se tratando de sociedades civis, inscrição do ato constitutivo, acompanhado de prova da diretoria em exercício.
- b) No caso de sociedades civis, inscrição no órgão competente, do ato constitutivo, acompanhada de prova da diretoria em exercício.
- c) 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.
- d) Registro comercial, no caso de empresa individual;
- e) Tratando-se de procurador, apresentar Carta Credencial, Procuração Pública ou Particular, no qual conte outorgando Poderes ao seu preposto para representá-lo em licitação, através de representante devidamente identificado através do Ato Constitutivo/Contrato Social do licitante;
  - e.1) A falta deste documento não desclassificará o licitante, porém o preposto não estará apto a representar a empresa;
- f) O representante do licitante deverá identificar-se, exibindo documento oficial de identificação com foto.

*Obs: O Objeto Social das empresas participantes desta Tomada de Preços deverá ser igual ou similar ao que dispõe o Subitem 2.1 deste Edital;*

### **6.1.2 - Regularidade Fiscal**

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (C.N.P.J.);
- b) Prova de regularidade fiscal perante a Fazenda Nacional, através da Certidão Negativa de Débitos, ou Certidão Positiva com Efeitos de Negativa, relativos a Créditos Tributários Federais e à Dívida Ativa da União (CND), expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela



## Comissão Permanente de Licitação 01

Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por elas administrados, inclusive as contribuições previdenciárias e de terceiros;

- c) Prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – **FGTS**, comprovada através de apresentação de certidão fornecida pela Caixa Econômica Federal;
- d) Prova de regularidade para com a Fazenda Estadual, comprovada mediante o fornecimento de Certidão de Regularidade Fiscal - **CRF** emitida pela Secretaria da Fazenda do domicílio ou sede do licitante. Considerando-se o licitante com filial no Estado de Pernambuco, deverá apresentar, também, a **CRF** de Pernambuco;
- e) Prova de regularidade para com a Fazenda Municipal, comprovada mediante o fornecimento de Certidão de Regularidade Fiscal Municipal emitida pela Prefeitura Municipal do domicílio ou sede do licitante;
- f) Prova de regularidade perante a Justiça do Trabalho, através de Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT, de acordo com a Lei Federal nº 12.440/2011 e Resolução Administrativa nº 1.470/2011 do TST.

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

**6.1.2.2** Havendo restrição na regularidade fiscal da **microempresa e empresa de pequeno porte**, será assegurado o prazo de 05 (cinco) dias úteis, cujo momento inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado vencedor do certame, prorrogável por igual período, a critério da administração, para regularização, pagamento ou parcelamento do débito e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com eleito de negativa.

### **6.1.3 – Qualificação Econômico-financeira**

- A) balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais, quando encerrado há mais de três meses da data fixada para recebimento dos envelopes.

**a.1)** Os balanços e demonstrações devem conter os registros no órgão competente e estar devidamente assinados pelo administrador da empresa e pelo profissional habilitado junto ao Conselho Regional de Contabilidade – CRC, e vir acompanhados dos termos de abertura e de encerramento;

**a.2)** A boa situação da empresa será comprovada através dos Índices de Liquidez Geral (LG) e Liquidez Corrente (LC), maiores ou iguais a 1,0 (um) extraídos do Balanço Patrimonial, que poderão vir calculados pela licitante, mediante aplicação das seguintes fórmulas:

$$\text{Liquidez Geral} = \frac{\text{AC} + \text{ARLP}}{\text{PC} + \text{PELP}} \geq (\text{maior ou igual}) 1,0$$

AC



## Comissão Permanente de Licitação 01

Liquidez Corrente =  $\frac{\text{-----}}{\text{PC}} \geq$  (maior ou igual) 1,0

Onde:

AC = Ativo Circulante; ARLP = Ativo Realizável a Longo Prazo;  
PC = Passivo Circulante; PELP = Passivo Exigível a Longo Prazo.

**a.3)** Quando os Índices de Liquidez apresentarem resultado menor que 1, poderá ser substituído pelo patrimônio líquido correspondente a no mínimo 10% do valor estimado da contratação.

- b)** Certidão negativa de pedido de falência, concordata e/ou recuperação judicial, expedida no máximo há **60 (sessenta) dias** da data fixada para recebimento dos envelopes.

### 6.1.4 – Qualificação Técnica

- a)** Registro ou inscrição na entidade profissional competente (Associação Brasileira de Agências de Publicidade — ABAP ou ao Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de sua base territorial).
- b)** 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.
- c)** 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.
- d)** 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.

### 6.1.5 – Declarações

- 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 V.
- 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 V.
- 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 V.



## Comissão Permanente de Licitação 01

- d) Declaração de que conhece e concorda com todo o teor do edital, conforme modelo no Anexo V.
- 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 V.
- f) Para efeito de aplicação da Lei Complementar nº 123 de 14.12.2006, alterada pela Lei Complementar nº 147/2014, o licitante enquadrado como microempresa ou empresa de pequeno porte deve apresentar Declaração de cumprimento das condições de habilitação Microempresa e Empresa de Pequeno Porte, de acordo com Anexo V.

6.2 - Os licitantes deverão apresentar declarações, devidamente assinadas pelo representante legal da empresa.

6.3 - Os documentos exigidos neste Edital deverão estar com o prazo de validade em vigor na data marcada para o recebimento dos envelopes e poderão ser apresentados no original, por qualquer processo de cópia autenticada, de acordo com o item 7.1.

6.4 - Caso não seja mencionada no documento sua validade, esta Comissão aceitará a validade de 60 (sessenta) dias, a partir da data de sua emissão.

6.5 - Não será concedida habilitação ao licitante que deixar de apresentar quaisquer dos documentos exigidos para habilitação, ou os apresentar em desacordo com as exigências deste Edital.

### **7) ABERTURA DOS ENVELOPES E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS**

7.1 - 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).

7.2 - 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.

7.3 - 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.

7.3.1 - 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.

7.4 - Em seguida proceder-se-á à abertura dos ENVELOPES A e C, os quais os documentos serão rubricados pelos membros da CPL e pelos representantes legais das empresas licitantes, não



## Comissão Permanente de Licitação 01

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.

7.5 - No mesmo dia, a CPL encaminhará os ENVELOPES A e C e seus respectivos documentos para que a Subcomissão técnica proceda ao julgamento de acordo com os critérios pertinentes e adequados ao objeto licitado, considerando os itens para pontuação técnica definidos neste Edital, sendo divulgado o resultado de julgamento. A Subcomissão técnica não participará de nenhuma sessão de recebimento e abertura de envelopes.

7.6 - 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 (ENVELOPE B) e acontecerá a identificação das propostas, podendo na mesma sessão, divulgar as classificações dos licitantes nos quesitos “PROPOSTA TÉCNICA”.

7.7 - 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.

7.8 - A CPL poderá determinar a suspensão da sessão, desde que se faça necessária.

7.9 - 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.

7.10 – Inexistindo recursos ou decididos os interpostos, será designada, pelos membros da CPL, sessão 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).

7.11 – 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 sessão para que a CPL proceda à avaliação das propostas, oportunidade em que determinará local, horário e dia para publicação do resultado.

7.12 – Inexistindo recursos ou decidindo os interpostos, será designada, pelos membros da comissão, a sessão 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.

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





## Comissão Permanente de Licitação 01

7.14 – Reconhecida a habilitação das licitantes, será homologado e adjudicado o objeto licitado, observado o disposto no § 3º do art. 2º da Lei 12.232 de 29/04/2010 “se for o caso”;

7.15 – O ato de homologação será publicado nos termos da Lei 8.666/93.

### **8) APRESENTAÇÃO DOS ENVELOPES**

8.1. As propostas e a documentação de habilitação deverão ser entregues em 05 (cinco) envelopes separados, fechados de forma indevassável, devendo constar, na parte frontal dos mesmos, exceto no envelope A, as seguintes inscrições:

#### **8.1.1 - ENVELOPE A**

Plano de Comunicação (Apócrifo) - este envelope não poderá conter qualquer marca ou identificação externa ou interna em seu conteúdo, inclusive dobraduras.

8.1.1.1. Este envelope será padronizado, fornecido pela Prefeitura Municipal dos PALMARES-PE.

8.1.1.1.1. O Envelope A, destinado à apresentação da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, será padronizado e fornecido previamente pela Prefeitura Municipal dos PALMARES-PE, sem nenhum tipo de identificado 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.

#### **8.1.2 - ENVELOPE B**

PLANO DE COMUNICAÇÃO (IDENTIFICADO)

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

**TOMADA DE PREÇO Nº 003/2021.**

**PREFEITURA MUNICIPAL DOS PALMARES-PE**

#### **8.1.3 - ENVELOPE C**

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

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

**TOMADA DE PREÇO Nº 003/2021.**

**PREFEITURA MUNICIPAL DOS PALMARES-PE**

#### **8.1.4 - ENVELOPE D**

PROPOSTA DE PREÇOS

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

**TOMADA DE PREÇO Nº 003/2021.**

**PREFEITURA MUNICIPAL DOS PALMARES-PE**

#### **8.1.5 - ENVELOPE E – HABILITAÇÃO**

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

**TOMADA DE PREÇO Nº 003/2021.**

**PREFEITURA MUNICIPAL DOS PALMARES-PE**



## Comissão Permanente de Licitação 01

### 9) PROPOSTA TÉCNICA (ENVELOPES A, B e C)

9.1 – A Proposta Técnica deverá ser acondicionada em três envelopes timbrados e distintos da licitante:

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

9.1.2 - 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.

9.1.3 - 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.

9.1.4 - 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, preferencialmente, da seguinte forma:

- Em papel A4, branco; gramatura máxima 120g
- 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;
- Sem identificação do LICITANTE.
- Ordenada as páginas de forma crescente, sem encadernação, grampo, clipe, ou qualquer outro tipo de fixação.

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

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

9.1.7 - Os exemplos de peças da Campanha Simulada, sem nenhuma identificação de sua autoria, devem ter formatos compatíveis com suas características e adequar-se ao tamanho do ENVELOPE A.

9.1.8 - 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 13h, na sede da Comissão Permanente de Licitações 01 da Prefeitura Municipal dos PALMARES-PE, situada à **AV. Visconde do Rio Branco, 1368, São Sebastião, Palmares – PE.**

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



## Comissão Permanente de Licitação 01

9.2.1 - O ENVELOPE B será providenciado pelo LICITANTE e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

9.2.2 - O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, porém sem os exemplos de peças que demonstram a concretização da Idéia Criativa, deverá ter o mesmo teor da via não identificada e ser elaborado da seguinte forma:

- 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.

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

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

9.3.1 - O ENVELOPE C será providenciado pelo LICITANTE e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

9.3.2 - 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.

9.3.3 - 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.

### **9.4 - Normas para Elaboração da Proposta Técnica**

9.4.1 - A Proposta Técnica será composta de:

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



## Comissão Permanente de Licitação 01

9.4.2 – O PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA consistirá em um conjunto de textos com limite máximo de 20 (vinte) laudas, com 30 (trinta) linhas em cada lauda. Os tópicos descritos na Idéia Criativa e 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.

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

C.1 – **RACIOCÍNIO BÁSICO** – constituído de texto no qual o concorrente explicitará seu entendimento sobre as informações apresentadas no briefing; a Prefeitura Municipal dos Palmares-PE e sua linha de atuação específica e suas necessidades de comunicação.

C.2 – **ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA** – constituída de texto em que o concorrente exporá o conceito e a temática e a estratégia criativa que, de acordo com seu raciocínio básico, deve fundamentar a comunicação da Prefeitura Municipal dos Palmares-PE, defendendo essa opção, examinando e descartando conceitos alternativos.

C.3 – **IDÉIA CRIATIVA – síntese da estratégia de comunicação publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, acompanhada de exemplos de peças que a corporifiquem objetivamente, apresentados sob a forma de roteiros e textos digitados, limitados a um para cada tipo de peça, em número máximo de 05 (cinco) anexos, onde a agência deverá demonstrar sua capacidade criativa e seu entendimento de acordo com as linhas estratégicas e princípios definidos no briefing (anexo II deste Edital). Os anexos poderão ser “layouts”, “storyboards”, “roteiros para spot ou vídeo”, folder, outdoor, entre outros.**

C.4 – **ESTRATÉGIA DE MÍDIA** – com textos que evidenciem:

C.4.1 - Conhecimento e análise dos hábitos de comunicação do público, apresentados sob a forma de texto, permitida a inclusão de tabelas analíticas (não superior a cinco) sobre os hábitos de comunicação do público definido no briefing (Anexo II deste Edital).

C.4.2 - Utilização dos recursos à disposição da linha de atuação, mediante texto em que se apresente a distribuição da verba nas rubricas de estudo e pesquisa, produção e veiculação, acompanhado da devida justificação e da inclusão de tabelas vigentes na data de publicação do AVISO, como anexos, que sirvam de apoio aos argumentos oferecidos.

C.4.3 - Simulação de plano de distribuição das peças de que trata a alínea “idéia criativa”, indicada no subitem “C.3” acima, acompanhada de memória, no tamanho máximo de uma lauda, em que se explicitem e se justifiquem as premissas assumidas

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

A - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO: Indicação da infra-estrutura 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



## Comissão Permanente de Licitação 01

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.
- Relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante à época da apresentação dos Envelopes A, B, C, D, com a especificação do período de atendimento de cada um deles.

B - REPERTÓRIO: composto de um conjunto de trabalhos produzidos e veiculados pelo licitante, sob forma de peças publicitárias com as respectivas memórias técnicas, nas quais se incluirá apresentação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver e que comprove a experiência da licitante na prestação de serviços de comunicação, devendo se apresentar da seguinte forma:

- Um DVD contendo até 02 (dois) vídeos de natureza institucional e/ou promocional.
- Um CD contendo até 05 (cinco) spots e/ou jingles para rádio.
- Um conjunto de até 05 (cinco) peças destinadas à mídia impressa.
- Um CD contendo até 05 cases de redes sociais, mostrando relatórios de sucesso.

B.1 - Cada trabalho apresentado no REPERTÓRIO deverá, obrigatoriamente, conter título, data ou período de veiculação e indicação das peças que o exibiram.

B.2 - Serão vedados os trabalhos que tiverem qualquer referência direta ou indireta da **CONTRATANTE** ou das suas subsidiárias.

B.3 - Com exceção daquele(s) apresentado(s) pela agência vencedora desta licitação, as segundas vias dos demais repertórios serão devolvidas aos demais licitantes, mediante solicitação destes, no prazo de 30 (trinta) dias contados da data do encerramento deste processo licitatório.

C - RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO: Relato de até 04 (quatro) *cases histories*, com textos de, no máximo 05 (cinco) laudas cada um, referendados pelos respectivos anunciantes, carimbados e assinados pelos anunciantes.

9.4.5 - A CAMPANHA SIMULADA - Para efeito de avaliação, o(s) licitante(s) deverá(ão) apresentar uma campanha simulada para a Prefeitura Municipal dos Palmares-PE, sobre o tema apontado no BRIEFING constante no Anexo II deste Edital, com duração de 30 (trinta) dias, prevendo uma verba para este exercício de campanha de R\$ 50.000,00 (Cinquenta mil reais).

### 10) CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA



## Comissão Permanente de Licitação 01

10.1 – 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 5 pontos.
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária: máximo de 20 pontos.
- c) Ideia Criativa: máximo de 20 pontos.
- d) Estratégia de Mídia: máximo de 10 pontos.
- e) Capacidade de Atendimento ao Cliente: máximo de 25 pontos.
- f) Repertório: máximo de 10 pontos.
- g) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: máximo de 10 pontos

10.2 – Serão considerados os seguintes atributos no julgamento técnico:

- a) Na avaliação no Raciocínio Básico, a acuidade: da compreensão das características da Promotora da licitação e que sejam significativas para comunicação publicitária; da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal dos Palmares-PE com os segmentos sociais que constituem seu público prioritário, e da importância deste processo no atual contexto econômico e social.
- b) Na avaliação da Estratégia de Comunicação Publicitária, a adequação do conceito proposto, em função de benefícios e dificuldades apresentados no briefing e a riqueza de desdobramentos positivos deste conceito para a comunicação do Projeto com seus públicos prioritários.
- c) Na avaliação da Ideia Criativa, a capacidade de síntese da estratégia de comunicação, a cobertura de público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida, a originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentem.
- d) Na avaliação da Estratégia de Mídia, o conhecimento dos hábitos de comunicação dos segmentos de públicos prioritários e a capacidade analítica evidenciada no exame destes hábitos de comunicação, a consistência do plano simulado de distribuição das verbas de produção e veiculação e a economicidade de aplicação dos recursos previstos no Projeto.
- e) Na avaliação da Capacidade de Atendimento ao Cliente, a adequação das instalações, da infra-estrutura, dos recursos materiais, da sistemática de atendimento, bem como quantidade e a qualificação dos profissionais que serão colocados à disposição da Prefeitura Municipal dos Palmares-PE.
- f) Na avaliação do Repertório, a concepção (idéia criativa), sua pertinência e clareza de exposição; a qualidade da execução e do acabamento e a quantidade de peças apresentadas; a concatenação lógica da exposição dos cases histories; a evidência do planejamento publicitário; a consistência das relações de causa e efeito, e a consistência da mensuração dos resultados apresentados.
- g) Na avaliação Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária; a



## Comissão Permanente de Licitação 01

demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos; o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

10.3 – 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 70 (setenta) pontos.

### 11) NORMAS PARA ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS E CRITÉRIOS DE JULGAMENTO

11.1 - **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.

11.2 - **A Proposta de Preço** deverá conter:

11.2.1 – 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 dos Palmares-PE, sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco.
- b) Honorários (em percentual) de até 15% (quinze por cento), a serem cobrados da Prefeitura Municipal dos Palmares-PE, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada.

11.2.2 - Política de Negociação:

- a) De preços e condições de pagamento junto aos fornecedores e veículos, especialmente em relação a descontos.
- b) De preços a serem pagos pelo licitante 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 pelo licitante a autores de obras artísticas preexistentes, aproveitadas em peças publicitárias, na reutilização dessas peças por novos períodos a serem pactuados.

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



## Comissão Permanente de Licitação 01

- a) Para os direitos de imagem (atores e modelos) e de autoria intelectual (criação, textos, produção, direção, trilha sonora original, arte-finalização e assemelhados), dos direitos patrimoniais de uso à Prefeitura Municipal dos Palmares-PE durante o período de vigência do contrato relativo à peça, ao material de cuja produção os autores e modelos participaram.
- 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, no caso de reutilização, 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.

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

11.2.5 – 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, que lhe sejam afetos, inclusive cessão de direitos autorais. Na ausência dessa declaração, serão consideradas inclusas todas as despesas mencionadas neste subitem.

11.2.6 – Prazo de validade máxima de 60 (sessenta) dias; contados da data da entrega dos envelopes à Comissão Permanente de Licitação de Serviços.

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

**11.4 – 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.**

### 11.5 - Critérios de Pontuação

11.5.1 – A Comissão Permanente de Licitação de Serviços procederá à avaliação dos itens de cada proposta de preço, conjuntamente, de acordo com os critérios estabelecidos na tabela a seguir:

DESCONTO / HONORÁRIO	NOTA
<b>1. Desconto</b> (em percentual) a ser concedido à Prefeitura Municipal dos PALMARES-PE, sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco:	1 - Desconto igual a 0%: Nota = 0
	2 - Desconto superior a 0%: Nota = 1,5 x Desconto





## Comissão Permanente de Licitação 01

	<b>Nota máxima: 60 (sessenta) pontos</b>
<b>2. Honorários</b> (em percentual) a serem cobrados da Prefeitura Municipal dos PALMARES-PE, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada:	1 - Honorário igual a 15%: Nota = 0
	2 - Honorário inferior a 15%: Nota = 5,0 x (15 - honorário)
	<b>Nota máxima: 40 (quarenta) pontos</b>

11.5.2 – A nota de cada proposta de preços será obtida mediante o somatório das notas dos itens 1 e 2 da tabela constante do subitem 12.5.1, sendo considerada como proposta de menor preço aquela que obtiver o maior somatório dos itens 1 e 2 da tabela mencionada.

11.5.3 – Serão desclassificadas as propostas que deixarem de apresentar documentos ou apresentá-los em desacordo com as normas deste Edital, bem como as com preços manifestamente inexeqüíveis, observando-se o disposto no artigo 48 da Lei nº 8.666/93.

11.5.4 – Não se admitirá proposta que apresente preços simbólicos, irrisórios, ou de valor zero, ou incompatíveis com os preços de mercado, observado o disposto no § 3º do art. 44 da Lei nº 8.666/93.

### 12) JULGAMENTO FINAL

12.1 - 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:

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

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

12.3 - As proposta classificada em primeiro lugar, com a maior nota final, será considerada vencedora do certame, desde que habilitada.

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

12.5 - Sempre que julgar necessário, a Comissão solicitará à Subcomissão Técnica parecer técnico sobre as propostas apresentadas.

### 13) RECURSOS

13.1 - 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.



## Comissão Permanente de Licitação 01

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

13.3 - 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.

### 14) HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

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

14.2 - 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.

### 15) DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

15.1 - 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.

### 16) DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

16.1 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 dos Palmares-PE.
- b) A responsabilidade pelos direitos autorais perante terceiros, inclusive, ressarcimento proveniente de condenação judicial por uso indevido.
- c) Apresentação à Prefeitura Municipal dos Palmares-PE 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.

### 17) PENALIDADES

17.1 – 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.



## Comissão Permanente de Licitação 01

- 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.

### 18) PRAZO DE VIGÊNCIA DOS SERVIÇOS

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

### 19) DISPOSIÇÕES GERAIS

19.1 – 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.

19.2 – A Prefeitura Municipal dos PALMARES-PE 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.

19.3 - 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.

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

19.5 – O foro competente para dirimir quaisquer dúvidas ou lides que não possam ser solucionadas administrativamente será o da Comarca dos Palmares-PE, Estado de Pernambuco.

Palmares/PE, 03 de agosto de 2021.



PREFEITURA DOS  
**PALMARES**  
A ESPERANÇA SE RENOVA

## Comissão Permanente de Licitação 01

Vandison Antonio V. Portela  
**Presidente – CPL**

Francisco Vieira de Melo Neto  
**Secretário de Articulação Política e Comunicação**





## Comissão Permanente de Licitação 01

### ANEXO I - TERMO DE REFERÊNCIA

#### 1. INTRODUÇÃO

1.1 O presente documento tem por objetivo estabelecer o conjunto de requisitos para licitação com vistas à **Contratação de Agência de Propaganda para a prestação de serviços de publicidade e propaganda, de caráter educativo, informativo e de orientação social da Prefeitura Municipal dos PALMARES – PE, Fundo Municipal de Educação, Fundo Municipal de Saúde e Fundo Municipal de Assistência Social.**

1.2 As informações aqui descritas formalizam o escopo da licitação para obtenção de propostas para a contratação destes serviços e estabelecem uma referência comum para a futura contratada e a comunicação educativa e de Utilidade Pública da Prefeitura Municipal dos Palmares/PE

#### 2. OBJETO

2.1. O objeto do presente termo é a **Contratação de Agência de Propaganda para a prestação de serviços de publicidade e propaganda, de caráter educativo, informativo e de orientação social da Prefeitura Municipal dos PALMARES – PE, Fundo Municipal de Educação, Fundo Municipal de Saúde e Fundo Municipal de Assistência Social**, conforme discriminação a seguir:

LOTE	DESCRIÇÃO DOS SERVIÇOS	ÓRGÃO/ UNIDADE	VALOR (R\$)
Lote 01	PUBLICIDADE INSTITUCIONAL	PREFEITURA MUNICIPAL DOS PALMARES	R\$ 200.000,00 (Duzentos mil reais)
Lote 02	PUBLICIDADE INSTITUCIONAL	FUNDO MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO	R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais)
Lote 03	PUBLICIDADE INSTITUCIONAL	FUNDO MUNICIPAL DE SAÚDE	R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais)
Lote 04	PUBLICIDADE INSTITUCIONAL	FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA	R\$ 100.000,00 (cem mil reais)
TOTAL			R\$ 600.000,00 (Seiscentos e mil reais)

2.1.1 Também integram o objeto deste termo de referência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas;
- b) À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias;
- c) À produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela(s) agência(s) contratada(s).

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



## Comissão Permanente de Licitação 01

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

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

2.1.2 Os serviços previstos no objeto a ser licitado não abrangem as atividades de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza, projetos de ambientação e decoração, montagem de estandes em feiras e exposições e serviços correlatos, viabilização de cotas de patrocínio para divulgação de projetos social, cultural e esportivo e merchandising com apoio da Prefeitura Municipal dos Palmares, e atividades de desenvolvimento e implantação de serviços para internet, conforme regulamenta a lei federal nº 12.232/2010.

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

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

2.2. Para a prestação dos serviços de publicidade será contratada 01(uma) agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante ou contratada.

2.2.1 Os serviços objeto do presente termo de referência serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas 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.

2.2.2 A agência atuará por ordem e conta da Prefeitura Municipal dos Palmares, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.2.3 A agência não poderá subcontratar prestadores de serviços/fornecedores para a execução de serviços previstos no item 2.

2.2.4 A agência atuará de acordo com solicitação da Prefeitura Municipal dos Palmares e suas diretrizes, regras e normativas estabelecidas.

2.3. O produto final decorrente da execução do objeto desta licitação será propriedade da Prefeitura Municipal dos Palmares, 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.

### 3. PRAZO DE VIGÊNCIA DO CONTRATO



## Comissão Permanente de Licitação 01

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

### 4. VALIDADE DA PROPOSTA

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

### 5. CONDIÇÕES DE REMUNERAÇÃO

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

- a) Percentual de desconto sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco, conforme a proposta apresentada pelo licitante vencedor;
- b) Honorários (em percentual) até 15% (quinze por cento), conforme constante na proposta, a serem cobrados pela Prefeitura Municipal dos Palmares, incidente sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada, referentes à peça e/ou material cuja distribuição não proporcione ao licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação nos termos do art. 11 da Lei nº. 4.680/1965.

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

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

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

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

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

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

5.8. As formas de remuneração poderão ser renegociadas, no interesse do CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação do contrato.

### 6. REQUISITOS PARA HABILITAÇÃO (QUALIFICAÇÃO TÉCNICA)



## Comissão Permanente de Licitação 01

- a) Registro ou inscrição na entidade profissional competente (Associação Brasileira de Agências de Publicidade — ABAP ou ao Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de sua base territorial).
- b) 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.
- c) 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.
- d) 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.

### 7. PROPOSTA TÉCNICA (ENVELOPES A, B e C)

7.1 A Proposta Técnica deverá ser acondicionada em três envelopes timbrados e distintos da licitante:

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

7.1.2 - 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 e na interna, para preservar – até a abertura do ENVELOPE B – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária.

7.1.3 - 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.

7.1.4 - 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, preferencialmente, da seguinte forma:

- Em papel A4, branco; gramatura máxima 120g
- 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;
- Sem identificação do LICITANTE.
- Ordenada as páginas de forma crescente, sem encadernação, grampo, clipe, ou qualquer outro tipo de fixação.

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

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





## Comissão Permanente de Licitação 01

7.1.7 - Os exemplos de peças da Campanha Simulada, sem nenhuma identificação de sua autoria, devem ter formatos compatíveis com suas características e adequar-se ao tamanho do ENVELOPE A.

7.1.8 - 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 13h, na sede da Comissão Permanente de Licitações 01 da Prefeitura Municipal dos PALMARES-PE, situada à **AV. Visconde do Rio Branco, 1368, São Sebastião, Palmares – PE.**

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

7.2.1 - O ENVELOPE B será providenciado pelo LICITANTE e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

7.2.2 - O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, porém sem os exemplos de peças que demonstram a concretização da Idéia Criativa, deverá ter o mesmo teor da via não identificada e ser elaborado da seguinte forma:

- 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.

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

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

7.3.1 - O ENVELOPE C será providenciado pelo LICITANTE e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

7.3.2 - O 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.

7.3.3 - 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.

### **7.4 - Normas para Elaboração da Proposta Técnica**

7.4.1 - A Proposta Técnica será composta de:

- Plano de Comunicação Publicitária.



## Comissão Permanente de Licitação 01

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

7.4.2 – O PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA consistirá em um conjunto de textos com limite máximo de 20 (vinte) laudas, com 30 (trinta) linhas em cada lauda. Os tópicos descritos na Idéia Criativa e 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.

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

C.1 – **RACIOCÍNIO BÁSICO** – constituído de texto no qual o concorrente explicitará seu entendimento sobre as informações apresentadas no briefing; a Prefeitura Municipal dos Palmares-PE e sua linha de atuação específica e suas necessidades de comunicação.

C.2 – **ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA** – constituída de texto em que o concorrente exporá o conceito e a temática e a estratégia criativa que, de acordo com seu raciocínio básico, deve fundamentar a comunicação da Prefeitura Municipal dos Palmares-PE, defendendo essa opção, examinando e descartando conceitos alternativos.

**C.3 – IDÉIA CRIATIVA – síntese da estratégia de comunicação publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, acompanhada de exemplos de peças que a corporifiquem objetivamente, apresentados sob a forma de roteiros e textos digitados, limitados a um para cada tipo de peça, em número máximo de 05 (cinco) anexos, onde a agência deverá demonstrar sua capacidade criativa e seu entendimento de acordo com as linhas estratégicas e princípios definidos no briefing (anexo II deste Edital). Os anexos poderão ser “layouts”, “storyboards”, “roteiros para spot ou vídeo”, folder, outdoor, entre outros.**

C.4 – **ESTRATÉGIA DE MÍDIA** – com textos que evidenciem:

C.4.1 - Conhecimento e análise dos hábitos de comunicação do público, apresentados sob a forma de texto, permitida a inclusão de tabelas analíticas (não superior a cinco), sobre os hábitos de comunicação do público definido no briefing (Anexo II deste Edital).

C.4.2 - Utilização dos recursos à disposição da linha de atuação, mediante texto em que se apresente a distribuição da verba nas rubricas de estudo e pesquisa, produção e veiculação, acompanhado da devida justificação e da inclusão de tabelas, como anexos, que sirvam de apoio aos argumentos oferecidos.

C.4.3 - Simulação de plano de distribuição das peças de que trata a alínea “idéia criativa”, indicada no subitem “C.3” acima, acompanhada de memória, no tamanho máximo de uma lauda, em que se explicitem e se justifiquem as premissas assumidas

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

A - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO: Indicação da infra-estrutura 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,



## Comissão Permanente de Licitação 01

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.
- 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 de um conjunto de trabalhos produzidos e veiculados pelo licitante, sob forma de peças publicitárias com as respectivas memórias técnicas, nas quais se incluirá apresentação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver e que comprove a experiência da licitante na prestação de serviços de comunicação, devendo se apresentar da seguinte forma:

- Um DVD contendo até 02 (dois) vídeos de natureza institucional e/ou promocional.
- Um CD contendo até 05 (cinco) spots e/ou jingles para rádio.
- Um conjunto de até 05 (cinco) peças destinadas à mídia impressa.
- Um CD contendo até 05 cases de redes sociais, mostrando relatórios de sucesso.

**B.1 -** Cada trabalho apresentado no REPERTÓRIO deverá, obrigatoriamente, conter título, data ou período de veiculação e indicação das praças que o exibiram.

**B.2 -** Serão vedados os trabalhos que tiverem qualquer referência direta ou indireta da **CONTRATANTE** ou das suas subsidiárias.

**B.3 -** Com exceção daquele(s) apresentado(s) pela agência vencedora desta licitação, as segundas vias dos demais repertórios serão devolvidas aos demais licitantes, mediante solicitação destes, no prazo de 30 (trinta) dias contados da data do encerramento deste processo licitatório.

**C - RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO:** Relato de até 04 (quatro) *cases histories*, com textos de, no máximo 05 (cinco) laudas cada um, referendados pelos respectivos anunciantes, carimbados e assinados pelos anunciantes.

**7.4.5 - A CAMPANHA SIMULADA -** Para efeito de avaliação, o(s) licitante(s) deverá(ão) apresentar uma campanha simulada para a Prefeitura Municipal dos Palmares-PE, sobre o tema apontado no BRIEFING constante no Anexo II deste Edital, com duração de 30 (trinta) dias, prevendo uma verba para este exercício de campanha de R\$ 50.000,00 (Cinquenta mil reais).

### **8. CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA**

8.1 – 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:

- h) Raciocínio Básico:** máximo de 5 pontos.



## Comissão Permanente de Licitação 01

- i) Estratégia de Comunicação Publicitária: máximo de 20 pontos.
- j) Ideia Criativa: máximo de 20 pontos.
- k) Estratégia de Mídia: máximo de 10 pontos.
- l) Capacidade de Atendimento ao Cliente: máximo de 25 pontos.
- m) Repertório: máximo de 10 pontos.
- n) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: máximo de 10 pontos

8.2 – Serão considerados os seguintes atributos no julgamento técnico:

- a) Na avaliação no Raciocínio Básico, a acuidade: da compreensão das características da Promotora da licitação e que sejam significativas para comunicação publicitária; da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal dos Palmares-PE com os segmentos sociais que constituem seu público prioritário, e da importância deste processo no atual contexto econômico e social.
- b) Na avaliação da Estratégia de Comunicação Publicitária, a adequação do conceito proposto, em função de benefícios e dificuldades apresentados no briefing e a riqueza de desdobramentos positivos deste conceito para a comunicação do Projeto com seus públicos prioritários.
- c) Na avaliação da Idéia Criativa, a capacidade de síntese da estratégia de comunicação, a cobertura de público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida, a originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentem.
- d) Na avaliação da Estratégia de Mídia, o conhecimento dos hábitos de comunicação dos segmentos de públicos prioritários e a capacidade analítica evidenciada no exame destes hábitos de comunicação, a consistência do plano simulado de distribuição das verbas de produção e veiculação e a economicidade de aplicação dos recursos previstos no Projeto.
- e) Na avaliação da Capacidade de Atendimento ao Cliente, a adequação das instalações, da infra-estrutura, dos recursos materiais, da sistemática de atendimento, bem como quantidade e a qualificação dos profissionais que serão colocados à disposição da Prefeitura Municipal dos Palmares-PE.
- f) Na avaliação do Repertório, a concepção (idéia criativa), sua pertinência e clareza de exposição; a qualidade da execução e do acabamento e a quantidade de peças apresentadas; a concatenação lógica da exposição dos cases histories; a evidência do planejamento publicitário; a consistência das relações de causa e efeito, e a consistência da mensuração dos resultados apresentados.
- g) Na avaliação Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária; a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos; o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

8.3 – 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 70 (setenta) pontos.



## Comissão Permanente de Licitação 01

### 9. NORMAS PARA ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS E CRITÉRIOS DE JULGAMENTO

9.1 - **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.

9.2 - **A Proposta de Preço** deverá conter:

9.2.1 – 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 dos Palmares-PE, sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco.
- b) Honorários (em percentual) de até 15% (quinze por cento), a serem cobrados da Prefeitura Municipal dos Palmares-PE, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada.

9.2.2 - Política de Negociação:

- a) De preços e condições de pagamento junto aos fornecedores e veículos, especialmente em relação a descontos.
- b) De preços a serem pagos pelo licitante 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 pelo licitante a autores de obras artísticas preexistentes, aproveitadas em peças publicitárias, na reutilização dessas peças por novos períodos a serem pactuados.

9.2.3 – 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 definitiva dos direitos patrimoniais de uso à Prefeitura Municipal dos Palmares-PE.
- 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.

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

9.2.5 – 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 que lhe



## Comissão Permanente de Licitação 01

sejam afetos, inclusive cessão de direitos autorais. Na ausência dessa declaração, serão consideradas inclusas todas as despesas mencionadas neste subitem.

9.2.6 – Prazo de validade máxima de 60 (sessenta) dias; contados da data da entrega dos envelopes à Comissão Permanente de Licitação de Serviços.

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

**9.4 – 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.**

### 9.5 - Critérios de Pontuação

9.5.1 – A Comissão Permanente de Licitação de Serviços procederá à avaliação dos itens de cada proposta de preço, conjuntamente, de acordo com os critérios estabelecidos na tabela a seguir:

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

9.5.2 – A nota de cada proposta de preços será obtida mediante o somatório das notas dos itens 1 e 2 da tabela constante do subitem 11.5.1, sendo considerada como proposta de menor preço aquela que obtiver o maior somatório dos itens 1 e 2 da tabela mencionada.

9.5.3 – Serão desclassificadas as propostas que deixarem de apresentar documentos ou apresentá-los em desacordo com as normas deste Edital, bem como as com preços manifestamente inexequíveis, observando-se o disposto no artigo 48 da Lei nº 8.666/93.

9.5.4 – Não se admitirá proposta que apresente preços simbólicos, irrisórios, ou de valor zero, ou incompatíveis com os preços de mercado, observado o disposto no § 3º do art. 44 da Lei nº 8.666/93.

## 10. JULGAMENTO FINAL

10.1 - 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:

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



## Comissão Permanente de Licitação 01

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

10.3 - As proposta classificada em primeiro lugar, com a maior nota final, será considerada vencedora do certame.

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

10.5 - Sempre que julgar necessário, a Comissão solicitará parecer técnico sobre as propostas apresentadas.

### 11. DAS CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO DO OBJETO

11.1 No prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, a(s) contratada(s) deverá(ão) comprovar manter sede, escritório ou sucursal em Pernambuco.

11.2 No prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, as contratadas deverão comprovar que possuem estrutura de atendimento compatível com os serviços a serem prestados à CONTRATANTE, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais:

- a) 02 (dois) na área de atendimento -sendo 01 (um) exclusivo para atendimento da Prefeitura Municipal dos Palmares;
- b) 01 (um) na área de criação;
- c) 01 (um) nas áreas de produção impressa e eletrônica;

11.3 Os serviços deverão ser executados e entregues, conforme venham a ser solicitados pela Prefeitura Municipal dos Palmares, no prazo estabelecido na Ordem de Execução de Serviços, a contar da emissão da mesma.

11.4 Todos os serviços a serem prestados pela Contratada deverão ser precedidos da apresentação do competente projeto de apropriação de custos, o qual, após aprovação da Prefeitura Municipal dos Palmares, gerará a expedição de Ordem de Execução de Serviços (AUTORIZAÇÃO DE PRODUÇÃO/VEICULAÇÃO), conforme modelo definido pela Prefeitura Municipal dos Palmares, 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.

11.5 Todos os serviços realizados serão documentados através da apresentação dos respectivos comprovantes de produção/veiculação, cópias das faturas, emitidas pelos fornecedores.

11.6 Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer aos contratados 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.

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

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



## Comissão Permanente de Licitação 01

11.7.3 O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea a do inciso II do art. 23 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, alterada pelo Decreto nº 9.412 de 18 de junho de 2018, está dispensado do procedimento previsto no subitem anterior.

11.8 As informações sobre a execução do contrato serão divulgadas no Portal da Transparência, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

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

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

11.11 Os originais dos materiais desenvolvidos para a execução dos serviços (arte, fotolito, VT, filmes, etc.), inclusive fotos compradas para uso em outdoor ou peça gráfica, ficarão sob a guarda da(s) Contratada(s), mas disponíveis a qualquer tempo para a Prefeitura Municipal dos Palmares que poderá a seu critério, requisitar cópias dos originais para comprovação da prestação dos serviços e arquivo próprio vedado à transferência a agentes de qualquer espécie ou uso, além das finalidades solicitadas em plano de campanha específica.

11.12 Quanto aos DIREITOS AUTORAIS, serão observadas as seguintes disposições:

- a) AS CONTRATADAS cedem à CONTRATANTE, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso de ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças (material gráfico, eletrônico e multimídia), softwares, CDs, composições, arranjos, execução de trilha sonora e jingles, animação, pantomima, publicações editoriais e quaisquer outras modalidades de publicidade existentes ou que venham a ser inventadas de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste contrato, ressalvados os direitos de terceiros;
- b) A cessão de que trata a alínea anterior "a)" será por tempo indeterminado, ficando vedada à CONTRATADA a cobrança de qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato, ressalvados os direitos de terceiros;
- c) A CONTRATANTE poderá, a seu critério, utilizar os direitos cedidos, diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato, ou após o prazo de vigência, inclusive em caso de rescisão, não cabendo à CONTRATADA qualquer espécie de remuneração, ressalvados os direitos de terceiros.
- d) A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades Prefeitura Municipal dos Palmares, sem que caiba a eles ou à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.
- e) Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.
- f) Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.





## Comissão Permanente de Licitação 01

- g) A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nas alíneas seguintes “h)” e “i)”.
- h) Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 30% (trinta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.
- i) Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 30% (trinta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

### 12. DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

12.1 O pagamento será efetuado pela CONTRATANTE, através de depósito bancário, em conta corrente da CONTRATADA e, se houver, de sua respectiva SUBCONTRATADA, conforme prevê a letra “I” da Cláusula Décima, em até 10 (dez) dias úteis do mês seguinte ao da prestação do serviço, ficando condicionado a execução dos serviços e terá as parcelas apuradas mensalmente que corresponderão aos serviços atestados efetivamente no período de cada mês civil, mediante a apresentação da Nota Fiscal/Fatura, e atesto do gestor técnico da contratação, designado pela CONTRATANTE;

12.2 O pagamento à CONTRATADA corresponderá, apenas, ao valor da parte que lhe cabe diretamente, ou seja: custos internos, referentes à criação e finalização de peças publicitárias; honorários, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros (subcontratados) e desconto padrão de agência, calculado sobre o valor bruto dos serviços de veiculação, cujo valor corresponde ao desconto concedido pelos veículos de mídia ao anunciante/contratante, a título de remunerar as agências de publicidade e propaganda pela criação/produção de conteúdo e intermediação, conforme preceitua as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas;

12.3 O pagamento a(s) SUBCONTRATADA(s), corresponderá ao valor dos serviços e/ou produtos por ela(s) fornecidos e, no caso de mídia, veiculados, desde que seja habilitada;

12.4 Devem ainda ser observadas por parte da CONTRATANTE as seguintes recomendações, no que se refere ao pagamento da CONTRATADA e, no que couber, de sua(s) respectiva(s) SUBCONTRATADA(S):

- a) Caso a Nota Fiscal/Fatura seja apresentada após o prazo constante desta cláusula, esta será paga em até 10 (dez) dias a contar de sua apresentação;
- b) Caso ocorra erro ou omissão na fatura ou outra circunstância que desaconselhe o seu pagamento, a CONTRATADA deverá substituí-la, devendo o prazo para pagamento tanto à CONTRATADA como a(s) sua(s) respectiva(s) subcontratada(s), passar a ser contado da data de apresentação, pela CONTRATADA, da nova fatura, nos termos do subitem anterior;



## Comissão Permanente de Licitação 01

- c) A devolução da Fatura não aprovada pela CONTRATANTE, por conter incorreções, não poderá servir de pretexto para que a CONTRATADA suspenda a execução dos serviços;
- d) As faturas deverão ser entregues na Prefeitura Municipal dos Palmares, sob o protocolo, até o 5º (quinto) dia útil do mês seguinte ao da prestação dos serviços faturados, devidamente acompanhadas de cópia de comprovantes de quitação das obrigações patronais referentes ao mês anterior da prestação dos serviços faturados. Após análise técnica feita pelo gestor da contratação sobre os serviços realizados, que, se aprovadas, as referidas faturas serão atestadas e enviadas ao setor financeiro da CONTRATANTE, para análise fiscal e posterior pagamento;
- e) Serão descontados, mensalmente, da fatura os valores decorrentes de indenizações ou de multas eventualmente registradas;
- f) A CONTRATANTE poderá sustar o pagamento de qualquer Nota Fiscal/Fatura, no todo ou em parte, caso seja constatado que a CONTRATADA não cumpriu quaisquer das obrigações contratuais assumidas;
- g) Os períodos de atraso por culpa da CONTRATADA e aqueles decorrentes de atrasos nos pagamentos, motivados pela não aprovação dos documentos de cobrança devido a incorreções por parte da CONTRATADA, não serão computados para efeito de atualização monetária de preços;
- h) O pagamento fica condicionado à comprovação da regularidade fiscal da CONTRATADA e, no que couber, de suas respectivas SUBCONTRATADAS, devendo estas apresentarem, antes de cada pagamento, certidão negativa de débitos, dentro do prazo de validade, junto às Fazendas Públicas Federal, Estadual e Municipal, FGTS e CND Trabalhista, sob pena de suspensão de pagamento;
- i) Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada da seguinte forma:
  - i.1) Percentual de desconto sobre os custos internos, baseados sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco, conforme a proposta apresentada;
  - i.2) Honorários (em percentual) de até 7% (sete por cento), de acordo com o constante da proposta de preços da CONTRATADA, a serem cobrados da CONTRATANTE, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros;
  - i.3) A CONTRATADA emitirá fatura contra a CONTRATANTE, referente ao desconto padrão de agência, calculado sobre o valor **bruto dos serviços de veiculação, cujo valor corresponde ao desconto concedido** pelos veículos de mídia (subcontratada) ao anunciante/contratante, a título de remunerar as agências de publicidade e propaganda pela criação/produção de conteúdo e intermediação, conforme preceitua as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas;
- j) A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência, quando da utilização, pela CONTRATANTE, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente ao contrato;
- k) Sobre o valor das faturas de serviços de veiculação que tenham sido contemplados com “desconto de agência” não incidirão os honorários sobre os serviços e suprimentos externos contratados;



## Comissão Permanente de Licitação 01

- l) Na execução do contrato, a CONTRATANTE deverá negociar com a CONTRATADA, a obtenção de percentual de reversão superior aos percentuais fixados no subitem anterior, com vistas a obter condições mais vantajosas para a Prefeitura Municipal dos Palmares, sendo obrigatória a comprovação documental, de que referida negociação foi realizada;
- m) Os honorários sobre os custos comprovados dos serviços autorizados e executados por terceiros não deverão incidir sobre os tributos que forem adicionados aos preços desses serviços;
- n) Na reutilização de peças publicitárias por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual sobre o cachê original a ser pago pela CONTRATANTE a atores, modelos e locutores, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, será de no máximo 30% (trinta por cento);
- o) Na reutilização de peças publicitárias por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual sobre o valor dos direitos autorais de obras consagradas incorporadas a peças publicitárias a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores desses direitos será de no máximo 30% (trinta por cento).

### 13. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

13.1 Além das demais obrigações, expressamente previstas nas demais cláusulas deste contrato, a contratante se obriga a:

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

### 14. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

14.1 Além das demais obrigações, expressamente previstas nas demais cláusulas do presente contrato, a contratada se obriga a:

- e) 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 dos Palmares-PE.
- f) A responsabilidade pelos direitos autorais perante terceiros, inclusive, ressarcimento proveniente de condenação judicial por uso indevido.
- g) Apresentação à Prefeitura Municipal dos Palmares-PE dos encargos previdenciários e tributários pela contratada quando a ela for responsável apresentado copia do recolhimento ao Departamento de Gestão Financeira.
- h) Prestar e deixar sempre atualizada a caução a ser dada pela contratada.

### 15. DAS PENALIDADES

15.1 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.



## Comissão Permanente de Licitação 01

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

### 16. DO TIPO DA LICITAÇÃO

#### 16.1 TIPO TÉCNICA E PREÇO

### 17. VALOR ESTIMADO DESTA LICITAÇÃO

17.1 Estima-se esta licitação em **R\$ 600.000,00 (Seiscentos e mil reais)**, divididos da seguinte forma: **Prefeitura Municipal dos Palmares - R\$ 200.000,00 (Duzentos mil reais); Secretaria Executiva Municipal de Educação (Fundo Municipal de Educação) – R\$ 150.000,00 (Cento e Cinquenta mil reais), Secretaria Executiva Municipal de Saúde (Fundo Municipal de Saúde) – R\$ 150.000,00 (Cento e Cinquenta mil reais) e Secretaria Executiva Municipal de Assistência Social (Fundo Municipal de Assistência Social) – R\$ 100.000,00 (Cem mil reais).**

### 18. DOS ANEXOS

18.1 Constituem anexos deste Termo de Referência, dele fazendo parte integrante, o Briefing, o Modelo de Proposta de Preços e a tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco.

Palmares, 02 de agosto de 2021.

Francisco Vieira de Melo Neto  
**Secretário Municipal Executivo de Articulação Política e Comunicação**

Elizangela Maria das Neves Lopes  
**Secretaria Executiva Municipal de Educação**



PREFEITURA DOS  
**PALMARES**  
A ESPERANÇA SE RENOVA

## Comissão Permanente de Licitação 01

Raquel Carvalho de Albuquerque Melo  
**Secretaria Executiva Municipal de Assistência Social**

Bruno César Camilo Da Silva  
**Secretaria Executiva Municipal de Saúde**





## Comissão Permanente de Licitação 01

### ANEXO II – BRIEFING

#### INTRODUÇÃO:

As estratégias de marketing Governamental são fundamentais para o êxito de qualquer governo na conquista pela opinião pública, bem como mecanismo de marketing nas democracias contemporâneas.

Os cidadãos estão cada vez mais informados e cientes de seus direitos, passando a exigir um comportamento e um relacionamento mais promissor dos governos e governantes. Em função disso, a comunicação pública também se tornou uma função estratégica pois conceitos como transparência, cidadania e responsabilidade social estão borbulhando no seio da sociedade.

A partir do princípio que a sociedade atual está baseada na disseminação rápida da informação e o desenvolvimento de seu amplo papel como agente de transformação e modelação das relações, traz a comunicação organizacional como a mais relevante nas relações entre empresa, sociedade, colaboradores, pois o sucesso da organização dependerá de sua capacidade de se comunicar com os ambientes interno e externo.

Para a Administração Municipal dos Palmares-PE, a comunicação é uma das principais ferramentas para facilitar e fortalecer a relação de parceria entre o Poder Executivo Municipal e a sociedade, reforçando os valores de cidadania, ética, transparência, inclusão social e compromisso com o futuro da cidade.

#### CAMPANHA SIMULADA

CRIAR UMA CAMPANHA PARA IMPULSIONAR O POTENCIAL TURISTICO DOS PALMARES, COMO FOCO EM PONTOS TURISTICOS QUE PODEM REPRESENTAR UM AQUECIMENTO NA ECONOMIA MUNICIPAL.

Público- alvo:

- MUNICIPES
- PÚBLICO EXTERNO, PRINCIPALMANTE, ADVINDOS DO LITORAL SUL DE ALAGOAS.

**Duração da Campanha:** 30 dias.

**Praça:** Palmares-PE

**Investimento Considerado:** R\$ 50.000,00 (Cinquenta mil reais)

**Tema Central:** POTENCIAL TURÍSTICO DOS PALMARES

#### CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para cumprir esses objetivos as licitantes devem elaborar plano de comunicação levando em conta as seguintes premissas:

- Adoção de um partido temático e, principalmente, uma estratégia de comunicação publicitária capaz de atender a Visão Geral de comunicação;
- Apresentação de campanha publicitária de acordo com a visão técnica e criativa da agência que valorize e incentive o turismo na cidade dos Palmares, usando dos meios disponíveis.



## Comissão Permanente de Licitação 01

### ANEXO III – PROPOSTA DE PREÇOS E VALORAÇÃO

À

Prefeitura Municipal dos Palmares-PE  
Comissão Permanente de Licitação 01  
Ref: TOMADA DE PREÇO Nº 003/2021.

#### PROPOSTA DE PREÇOS E VALORAÇÃO

##### 1 – Objeto

O objeto da presente licitação é a **Contratação de empresa especializada para a prestação de serviços de publicidade e propaganda, de caráter educativo, informativo e de orientação social da Prefeitura Municipal dos PALMARES – PE, Fundo Municipal de Educação, Fundo Municipal de Saúde e Fundo Municipal de Assistência Social.**

##### 2 - Remuneração da Proposta

2.1 - Percentual de **desconto** a ser concedido à Prefeitura Municipal dos Palmares-PE, sobre os **custos internos**, baseados na tabela de preços 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 dos Palmares-PE, 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 - Demais Declarações

5.1 - **Declaramos** que nos comprometemos a repassar à Prefeitura Municipal dos Palmares-PE todas as vantagens (pecuniárias ou não) obtidas nas negociações de preço com os veículos de comunicação e demais fornecedores e prestadores de serviços.

5.2 - **Declaramos** que, nos preços propostos, estão inclusas todas as despesas com mão-de-obra e respectivos encargos sociais, tributários, seguros, transportes e demais despesas necessárias à execução dos serviços objeto desta licitação que lhe sejam afetos, inclusive cessão de direitos autorais.



## Comissão Permanente de Licitação 01

- 6 - **Prazo de validade** da proposta: máximo de 60 (sessenta) dias contados da data da entrega dos envelopes à Comissão Permanente de Licitação de Serviços.
- 7 - **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







PREFEITURA DOS  
**PALMARES**  
A ESPERANÇA SE RENOVA

## Comissão Permanente de Licitação 01

### ANEXO IV - NORMAS REGULADORAS DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA E VALORES REFERENCIAIS DE HONORÁRIOS INTERNOS DAS AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE VALIDADE ATÉ 31/12/21

(Tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco)





## Comissão Permanente de Licitação 01

### VALORES REFERENCIAIS DE CUSTOS INTERNOS DAS AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

#### COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA

		TOTAL
1	Comunicação Estratégica	
1.1	Planejamento Estratégico de Marca / Posicionamento	RS 56.800,00
1.2	Planejamento de Comunicação / Ações (anual)	RS 50.200,00
1.3	Planejamento de Campanha	RS 41.600,00
1.4	Planejamento de Convenção / Evento / Promoção Comercial	RS 38.300,00
1.5	Planejamento de Ativação (pequeno porte)	RS 17.500,00
1.6	Planejamento de Ativação (médio porte)	RS 27.600,00
1.7	Planejamento de Ativação (grande porte)	RS 32.800,00
1.8	Planejamento Digital	RS 32.800,00
1.9	Planejamento (hora)	RS 1.600,00
1.10	Planejamento de Marketing Político	A DEFINIR
1.11	KV / Conceito de Campanha / Peça-Conceito	RS 17.800,00

#### MÍDIA IMPRESSA

	criação	FINALIZAÇÃO	TOTAL
2	Anúncio Jornal		
2.1	Anúncio Mínimo / Rodapé Especial / Selo	RS 1.120,00	RS 740,00
2.2	1/4 de página ou 1/3 da página	RS 1.500,00	RS 1.000,00
2.3	1/2 de página	RS 2.760,00	RS 1.840,00
2.4	Rouba página	RS 3.540,00	RS 2.360,00
2.5	1 página	RS 4.380,00	RS 2.920,00
2.6	Página dupla	RS 6.560,00	RS 4.370,00
3	Anúncio Revista		
3.1	Anúncio Mínimo / Rodapé Especial / Selo	RS 980,00	RS 660,00
3.2	1/4 de página	RS 1.180,00	RS 790,00
3.3	1/3 de página	RS 1.580,00	RS 1.050,00
3.4	1/2 de página	RS 1.800,00	RS 1.200,00
3.5	1 página	RS 3.540,00	RS 2.360,00
3.6	Página dupla	RS 4.440,00	RS 2.960,00
4	Anúncio Legal (Atas / Balanços / Editais)		
4.1	Até 1/4 de página	RS 1.120,00	RS 740,00
4.2	De 1/4 até 1/2 de página	RS 1.800,00	RS 1.200,00
4.3	De 1/2 até 1 página	RS 2.220,00	RS 1.480,00
4.4	Página dupla	RS 4.380,00	RS 2.920,00

	criação	FINALIZAÇÃO	TOTAL
5	OOH - Mídia Exterior		
5.1	Backbus	RS 2.940,00	RS 1.960,00
5.2	Empena	RS 4.260,00	RS 2.840,00
5.3	Faixa de Rua	RS 780,00	RS 520,00
5.4	Outdoor/Frontlight/Back Light Painel Rodoviário Simples	RS 4.140,00	RS 2.760,00
5.5	Outdoor/Frontlight/Back Light Painel Rodoviário - Projetos Especiais	RS 5.340,00	RS 3.560,00
5.6	Mobiliário urbano por peça (não relacionados na tabela)	RS 2.100,00	RS 1.400,00
5.7	Outbus / Busdoor / Taxidoor	RS 2.160,00	RS 1.440,00
6	OOH - Mídia Indoor (shopping, restaurante, academia, aeroporto, supermercado etc.)		
6.1	Adesivos indoor: colunas, chão, elevador, mesa, escada rolante, tapume	RS 2.300,00	RS 1.530,00
6.2	Cancela de estacionamento	RS 2.100,00	RS 1.400,00
6.3	Peças de Mall: placas, display, cartaz, banner (formato-padrão)	RS 2.160,00	RS 1.440,00

#### MÍDIA ELETRÔNICA

	criação	FINALIZAÇÃO	TOTAL
7	Rádio / Áudio		
7.1	Spot até 30"		RS 4.380,00
7.2	Spot acima de 30"		RS 5.900,00
7.3	Jingle 30"		RS 5.900,00
7.4	Jingle Acima de 30" (até 90")		RS 7.300,00
7.5	Vinheta Eletrônica		RS 3.400,00
7.6	Roteiro Testemunhal/Carro de Som/Merchandising		RS 3.700,00
7.7	Espera Eletrônica (custo do minuto)		RS 1.750,00
7.8	Texto para Cartela Eletrônica (miolo de ofertas)		RS 2.500,00

	criação	FINALIZAÇÃO	TOTAL
8	Televisão / Vídeo		
8.1	Assinatura / Vinheta Eletrônica (até 7")		RS 4.270,00
8.2	Filme Institucional até 15"		RS 3.330,00
8.3	Filme Institucional 30"		RS 11.100,00
8.4	Filme Institucional acima de 30" até 60"		RS 12.350,00
8.5	Filme Varejo 15"		RS 3.600,00
8.6	Filme Varejo 30"		RS 5.700,00
8.7	Cartela Eletrônica (miolo de ofertas)		RS 3.200,00
8.8	Storyboard (por quadro)		RS 440,00
8.9	Audiovisual/Documentário (custo por minuto)		RS 3.500,00
8.10	Roteiro Testemunhal/Merchandising		RS 3.700,00

#### PRODUÇÃO GRÁFICA

	criação	FINALIZAÇÃO	TOTAL
9	Formatos		
9.1	Cartaz A4	RS 1.120,00	RS 740,00
9.2	Cartaz A3	RS 1.320,00	RS 880,00
9.3	Cartaz com Grandes Formatos (maior A3)	RS 1.620,00	RS 1.080,00
9.4	Cinta para jornal ou revista	RS 2.040,00	RS 1.360,00
9.5	Cupom	RS 1.050,00	RS 700,00
9.6	Ficha de inscrição / Questionário/ Formulário para preenchimento	RS 1.050,00	RS 700,00
9.7	Folder por página	RS 1.200,00	RS 800,00
9.8	Mala direta Projeto Especial		A DEFINIR
9.9	Mala direta simples	RS 3.080,00	RS 2.060,00
9.10	Panfleto / Volante	RS 1.120,00	RS 740,00
10	Tabloide / Catálogos / Jornais / Relatórios / Cardápios / Cartilhas / Slides / Manuais / Broadside		
10.1	Projeto Gráfico	RS 5.040,00	RS 3.360,00
10.2	Desenvolvimento por página	RS 520,00	RS 340,00

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

IMPORTANTE • Os valores aqui relacionados não contemplam custos com produção, impressão, edição, áudio, trilha, direção, iluminação, efeitos especiais, cópias, cachês e despesas operacionais, composição, arranjo, foto, ilustração especial ou concessão de imagem, entre outros serviços de terceiros, os quais deverão ser orçados especialmente para cada trabalho. Os aspectos técnicos da produção de cada item deverão levar em consideração o envolvimento direto dos prestadores dos serviços em questão. • Todos os preços previstos nesta tabela têm como base a peça mais simples. Portanto, qualquer peça considerada especial deverá ter negociação à parte. • Os custos não previstos nos itens desta tabela precisarão ser analisados caso a caso.



## Comissão Permanente de Licitação 01

### IDENTIDADE VISUAL

				TOTAL
11	Identidade Visual / Branding			
11.1	Marca Empresa (com até 5 aplicações)			RS 32.800,00
11.2	Marca Pequena/microempresa (com até 5 aplicações)			RS 19.700,00
11.3	Marca / Logotipo de produto			RS 19.700,00
11.4	Marca / Logotipo de empreendimento imobiliário			RS 13.100,00
11.5	Marca / Logotipo de evento			RS 13.100,00
11.6	Marcas com criação de nome será acrescentado 60% ao valor de criação acima			
11.7	Selo / Símbolo / Emblema			RS 7.300,00
11.8	Slogan			RS 9.400,00
12	Os valores de marca contemplam a criação da marca e suas versões básicas. Projetos de identidade visual com mais de cinco aplicações deverão ser orçados de acordo com o projeto.			
		criação	FINALIZAÇÃO	TOTAL
12.1	Rótulo	RS 9.000,00	RS 6.000,00	RS 15.000,00
12.2	Cartão de visita	RS 1.440,00	RS 960,00	RS 2.400,00
12.3	Envelope	RS 1.440,00	RS 960,00	RS 2.400,00
12.4	Pasta	RS 1.440,00	RS 960,00	RS 2.400,00
12.5	Timbrado / Blocos / Post It/ Caderno	RS 1.440,00	RS 960,00	RS 2.400,00
12.6	Assinatura de e-mail			RS 1.300,00
12.7	Embalagem (padrão já existente no mercado)	RS 9.000,00	RS 6.000,00	RS 15.000,00
12.8	Uniforme (cada)	RS 1.500,00	RS 1.000,00	RS 2.500,00

### PROMOCIONAL

	criação	FINALIZAÇÃO	TOTAL	
13	Diversos			
13.1	Aplicação de marca em modelo existente		RS 990,00	
13.2	Desenvolvimento de brindes especiais		A DEFINIR	
13.3	Embalagem diferenciada para brinde		A DEFINIR	
13.4	Cinta / Adesivo para embalagem de brinde existente	RS 1.980,00	RS 1.320,00	RS 3.300,00
13.5	Abanador / Leque	RS 2.220,00	RS 1.480,00	RS 3.700,00
13.6	Adesivos diversos	RS 2.040,00	RS 1.360,00	RS 3.400,00
13.7	Backdrop	RS 1.260,00	RS 840,00	RS 2.100,00
13.8	Bandeira / Flâmula	RS 1.180,00	RS 790,00	RS 1.970,00
13.9	Bandeirola (por face)	RS 1.180,00	RS 790,00	RS 1.970,00
13.10	Banner / Galhardete	RS 1.260,00	RS 840,00	RS 2.100,00
13.11	Blimps / Infláveis	RS 1.260,00	RS 840,00	RS 2.100,00
13.12	Bolsa / Sacola / Nécessaire	RS 2.280,00	RS 1.520,00	RS 3.800,00
13.13	Boné / Viseira / Chapéu	RS 1.560,00	RS 1.040,00	RS 2.600,00
13.14	Botton	RS 1.180,00	RS 790,00	RS 1.970,00
13.15	Calendário (por lâmina)	RS 1.770,00	RS 1.180,00	RS 2.950,00
13.16	Camiseta com Estampa / Artevisual	RS 1.182,00	RS 788,00	RS 1.970,00
13.17	Cartão comemorativo / postal	RS 1.860,00	RS 1.240,00	RS 3.100,00
13.18	Convite / Ingresso	RS 1.770,00	RS 1.180,00	RS 2.950,00
13.19	Crachá	RS 1.180,00	RS 790,00	RS 1.970,00
13.20	Diploma / Certificado	RS 1.320,00	RS 880,00	RS 2.200,00
13.21	Display	RS 2.220,00	RS 1.480,00	RS 3.700,00
13.22	Expositor de produto	RS 4.140,00	RS 2.760,00	RS 6.900,00
13.23	Fundo de palco	RS 1.440,00	RS 960,00	RS 2.400,00
13.24	Imã	RS 1.800,00	RS 1.200,00	RS 3.000,00
13.25	Jogo americano	RS 2.160,00	RS 1.440,00	RS 3.600,00
13.26	Móvil (por face)	RS 2.220,00	RS 1.480,00	RS 3.700,00
13.27	Mouse pad	RS 1.800,00	RS 1.200,00	RS 3.000,00
13.28	Papel forração / Bandô	RS 2.100,00	RS 1.400,00	RS 3.500,00
13.29	Placa comemorativa / Troféu	RS 1.320,00	RS 880,00	RS 2.200,00
13.30	Stopper	RS 2.220,00	RS 1.480,00	RS 3.700,00
13.31	TAG	RS 1.180,00	RS 790,00	RS 1.970,00
13.32	Testeira de Gondola	RS 2.220,00	RS 1.480,00	RS 3.700,00
13.33	Testeira / Aplique / Orelha para computador	RS 1.900,00	RS 1.270,00	RS 3.170,00
13.34	Totem	RS 3.000,00	RS 2.000,00	RS 5.000,00
13.35	Woobler	RS 2.220,00	RS 1.480,00	RS 3.700,00

### SINALIZAÇÃO

	TOTAL	
14	Diversos	
14.1	Fachada	RS 7.400,00
14.2	Projeto de Sinalização interna (sem finalização de peças)	RS 8.500,00
14.3	Sinalização interna (por peça, somando ao projeto)	RS 330,00
14.4	Sinalização de veículos (grande porte)	RS 5.800,00
14.5	Sinalização de veículos (médio porte)	RS 3.700,00
14.6	Sinalização de veículos (pequeno porte)	RS 2.400,00
14.7	Sinalização de stand de feira	A DEFINIR

### DIGITAL

		TOTAL
15	Digital - Páginas Web	
	Site (Planejamento, UX, Direção de Arte e Redação). Programação orçada à parte de acordo com a complexidade do projeto.	RS 29.300,00
15.1		
15.2	Hot site	RS 26.700,00
15.3	Landing Page	RS 5.500,00
16	Digital - Anúncios Web	TOTAL
16.1	Formato Estático de até 900 x 900px	RS 1.800,00
16.2	Formato Animado de até 900 x 900px	RS 2.500,00
16.3	Formato RichMedia de até 900 x 900px	RS 4.500,00
16.4	Link Patrocinado	RS 1.600,00
16.5	Links Patrocinados (Gestão de Campanha)	RS 6.100,00
17	Digital - Redes Sociais	TOTAL
17.1	Post estático (por rede social)	RS 980,00
17.2	Post animado (por rede social)	RS 1.300,00
17.3	Carrossel (até 5 slides)	RS 2.800,00
17.4	Cobertura (por hora)	RS 650,00
17.5	Análise de Presença (Diagnóstico)	RS 5.700,00
17.6	Personalização (capa, perfil, background)	RS 2.200,00
17.7	Gerenciamento, produção de conteúdo e interação	Sob consulta
18	Digital - SEO	TOTAL
18.1	Diagnóstico	RS 1.100,00
18.2	Gestão Mensal	RS 5.100,00
19	Digital - Mobile	TOTAL
19.1	Criação e Planejamento de Aplicativo	A DEFINIR
19.2	Desenvolvimento	A DEFINIR
20	Digital - Diversos	TOTAL
20.1	E-mail Marketing	RS 2.300,00
20.2	Newsletter (sem elaboração de conteúdo)	RS 1.700,00
20.3	Newsletter (com elaboração de conteúdo)	RS 3.000,00
20.4	WhatsApp (card sem animação)	RS 1.000,00
20.5	WhatsApp (card com animação)	RS 1.700,00

### COMPLEMENTARES

	TOTAL	
21	Diversos	
21.1	Acompanhamento e/ou assessoria (hora)	RS 650,00
21.2	Tratamento de imagens simples (hora)	RS 380,00
21.3	Ilustração / Mascotes / Charges	A DEFINIR
21.4	Infográfico	RS 4.400,00
21.5	Mapa de localização simples	RS 2.900,00
21.6	Peça adaptada ou derivada de original	50% DO VALOR
21.7	Refação	30% DO VALOR



**LEI Nº 4.680/65**

Art. 3º - Agência de Propaganda é a Pessoa jurídica especializada na arte e técnica publicitárias, por meio de especialistas, estuda, concebe, executa e distribui propaganda aos Veículos de Divulgação, por ordem e conta de Clientes-Anunciantes, com o objetivo de promover a venda de produtos e serviços, difundir ideias, marcas ou informar o público à respeito de organizações ou instituições colocadas a serviço deste mesmo público.

Art. 4º - São Veículos de Divulgação, para os efeitos desta lei, quaisquer meios de comunicação visual ou auditiva capazes de transmitir mensagens de propaganda ao público, desde que reconhecidos pelas entidades e órgãos de classe, assim considerados associações civis locais e regionais de propaganda, bem como os sindicatos de publicitários.

Art. 5º - Compreende-se por propaganda qualquer forma remunerada de difusão de ideias, mercadorias ou serviços por parte de um anunciante público ou privado identificado.  
**DECRETO Nº 57.690/66**

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

Art. 8º - Nas relações entre Agência e Cliente serão observados os seguintes princípios básicos:

- + Para rescisão ou suspensão da propaganda, a parte interessada avisará a outra do seu propósito, com antecedência mínima de 60 (sessenta) dias, sob pena de responder por perdas e danos.
- + A ideia utilizada na propaganda é presumidamente da Agência, não podendo ser explorada por outrem sem que aquela, pela exploração, receba a remuneração justa, ressalvado o disposto no art. 454 da Consolidação das Leis do Trabalho.

Art. 11 - O Veículo de Divulgação fixará em Tabela a comissão devida aos agenciadores, bem como o desconto atribuído às Agências de Propaganda.

Parágrafo 1º - Comissão é a retribuição pelo Veículo de Divulgação do trabalho profissional do Agenciador de Propaganda, sendo vedada a sua transferência, mesmo parcial, para o anunciante.

Parágrafo 2º - Desconto é o abatimento concedido pelo Veículo de Divulgação como estímulo à Agência de Propaganda que dele não poderá utilizar-se para rebaiçar os preços de tabela.

Parágrafo 3º - Nenhuma comissão ou desconto será concedido sobre a propaganda encaminhada diretamente ao Veículo de Divulgação por qualquer Pessoa Física ou Jurídica que não se classifique como Agenciador de Propaganda ou Agência, definidos no presente Regulamento.

Art. 12 - Ao Veículo de Divulgação não será permitido descontar da remuneração das Agências de Propaganda, mesmo parcialmente, os débitos não liquidados por Anunciantes, desde que a propaganda tenha sido formal e previamente aceita por sua direção comercial.

Art. 15 - O faturamento da divulgação será feito em nome do Anunciante, devendo o Veículo de Divulgação remetê-lo à Agência responsável pela propaganda para cobrança.

**DECRETO Nº 4.563/2002**

O Art. 7º do Decreto nº 57.690/66, passa a vigorar com a seguinte redação: Os serviços de Propaganda serão prestados pela Agência mediante contratação de honorários e reembolso das despesas previamente autorizadas, tendo como referência o que estabelece os itens 3.4 a 3.6, 3.10 e 3.11, e seus respectivos subitens, das Normas-Padrão editadas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), com as alterações constantes das atas de reunião desse conselho, de 13 de fevereiro, 29 de março e 31 de julho do ano de 2001, devidamente registradas em cartório.

**NORMAS-PADRÃO DA PROPAGANDA ESTABELECIDAS PELO CENP**

2.5.1 - Toda Agência que alcança as metas de qualidade estabelecidas pelo CENP, comprometendo-se com os custos e atividades a ela relacionadas, habilitar-se-á ao recebimento do "Certificado de Qualificação Técnica", conforme o art. 17, inciso I, alínea "f)", do Decreto nº 57.690/66, e fará jus ao "desconto-padrão de agência" não inferior a 20% (vinte por cento) sobre o valor dos negócios que encaminhar ao Veículo por conta e ordem de seus Clientes.

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

2.8 - É facultada, como exceção à regra do item 3.6.1, a negociação entre Agência e Anunciante dos honorários sobre os serviços e suprimentos externos, desde que seja expressivo o investimento bruto anual a ser aplicado

em publicidade pelo Anunciante através da Agência contratada, bem como que a verba de mídia seja, pelo menos, duas vezes maior que a da produção.  
3.4 - Salvo prévia e expressa estipulação em contrário, a Agência deverá absorver o custo dos serviços internos e/ou externos de pesquisas regulares de audiência, auditoria de circulação e controle de mídia, disponíveis no mercado, necessários à prestação de serviços de controle da verba do Anunciante.  
3.5 - Nas transações entre Anunciantes e Agências, tendo por objeto a parcela negociável do "desconto-padrão de agência", adotar-se-á como referência de melhor prática os parâmetros contidos no ANEXO "B" das Normas-Padrão.

**ANEXO "B" - SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS/BENEFÍCIOS**

Instituído pelo item 4.4 nas Normas-Padrão da Atividade Publicitária INVESTIMENTO BRUTO ANUAL EM MÍDIA E AS PARCELAS DO INVESTIMENTO BRUTO "DESCONTO-PADRÃO DE AGENCIA" A REVERTER AO ANUNCIANTE - ATÉ R\$ 25.000.000,00 - 0%  
- De R\$ 2.500.000,01 a R\$ 7.500.000,00 - até 2% (dois por cento) do investimento bruto.  
- De R\$ 7.500.000,01 a R\$ 25.000.000,00 - até 3% (três por cento) do investimento bruto.  
- De R\$ 25.000.000,01 em diante - até 5% (cinco por cento) do investimento bruto.

3.6 - Todos os demais serviços e suprimentos que não tenham seu custo coberto pelo Cliente deverão ser adequadamente orçados e reservados prévia e expressa autorização do Cliente para a sua execução. O custo dos serviços internos, assim entendidos aqueles que são executados pelo pessoal e/ou com os recursos da própria Agência, será calculado com base em parâmetros referenciais estabelecidos pelo Sindicato da base territorial onde a Agência estiver localizada e não será acrescido de honorários nem de quaisquer encargos.  
3.6.1 - Os serviços e os suprimentos externos terão os seus custos orçados junto a Fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pelo Anunciante. O Cliente deverá pagar à Agência os "honorários" de 15% (quinze por cento) sobre os valores dos serviços e suprimentos contratados com quaisquer Fornecedores.

3.6.2 - Quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente à contratação ou ao pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo, o Anunciante pagará à Agência um "honorário" de, no mínimo, 10% (dez por cento).  
3.10 - Como alternativa à remuneração através do "desconto-padrão de agência" é facultada a contratação de serviços de Agência de Publicidade mediante "fees" ou "honorários de valor fixo" a serem ajustados por escrito com o Anunciante, respeitando o disposto no item 2.9 destas Normas-Padrão.

Item 2.9 - Conforme determina o art. 17, inciso I, alínea "f)", do Decreto nº 57.690/66, é vedada a contratação de propaganda em condições anticonômicas, anticoncorrenciais ou que importem em concorrência desleal, podendo o CENP, diante de tais condutas, aplicar as sanções previstas no art. 61 dos seus Estatutos, bem como representar à autoridade competente para a imposição das sanções previstas na legislação aplicável.  
3.10.1 - O "fee" poderá ser cumulativo ou alternativo à remuneração de Agência decorrente da veiculação ("desconto-padrão de agência"), de produção externa, de produção interna e de outros trabalhos eventuais e excepcionais, tais como serviços de relações públicas, assessoria de imprensa etc.

3.10.2 - Em qualquer situação ou modalidade de aplicação do "fee", a Agência deverá ser remunerada em valor igual ou aproximado ao que ela receberia, caso fosse remunerada na forma do item 2.5.1, sempre de comum acordo entre as partes, contanto que os serviços contratados por este sistema sejam abrangidos no item 3.1 e que sejam preservados os princípios definidos nos itens 2.7, 2.8, 2.9 e 3.4.  
3.10.3 - Para adequação dos valores de remuneração de Agência através de "fees", como forma de evitar a transferência ou concessão de benefícios ao Cliente/Anunciante pela Agência, contrariando as Normas-Padrão, bem como as normas legais aplicáveis à espécie, recomendar-se a revisão, a cada 06 (seis) meses, dos valores efetivamente aplicados ao Cliente/Anunciante em publicidade, em comparação aos valores orçados inicialmente ("budgets" de publicidade) e que tenham servido como parâmetro para a fixação dos valores do "fee".

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

3.11.1 - Consideram-se Esferas Administrativas distintas o Município, o Estado e a União.  
3.11.2 - O disposto neste item aplica-se à: a) reversão da parcela do "desconto de agência" de que tratam os itens 2.7, 2.8, 2.9 e 4.4; b) negociação do custo dos serviços internos de que trata o item 3.5, que poderão ser integralmente eliminados/excluídos/suprimidos; c) negociação dos honorários incidentes sobre os serviços de que trata o item 3.6.1, ressalvando que os referidos

honorários poderão ser integralmente eliminados/excluídos/suprimidos quando se tratar de ações de comunicação que geram veiculação;  
d) negociação dos honorários de que trata o item 3.6.2. 4.4 - A Agência poderá reverter a seu Cliente parcela do "Desconto-Padrão de Agência" a que fizer jus, observados os parâmetros contidos no ANEXO "B" - SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS/BENEFÍCIOS, os quais poderão ser revistos pelo Conselho Executivo do CENP.

**PERMUTA**

Como prevê o item 2.3.1 das Normas-Padrão, é livre a contratação de permuta de espaço, tempo ou serviço publicitário entre Veículos de Comunicação e Anunciantes, diretamente ou mediante a participação da Agência de Publicidade responsável pela conta publicitária. Esta transação deverá respeitar as condições estabelecidas nas "Cartas-Padrão" firmadas entre os Veículos de Comunicação e Fornecedores junto as Agências integrantes do Fórum Empresarial da Propaganda em Pernambuco.

O respectivo contrato deverá, necessariamente, estabelecer a quem competirá remunerar a Agência, podendo esse ônus recair sobre o Veículo ou sobre o Anunciante, isoladamente, ou sobre ambos, e em qual proporção, quando o contrato for omisso a respeito, a Agência titular dos direitos autorais sobre o material a ser veiculado fará jus aos 20% "desconto-padrão de agência".

**PROCEDIMENTOS ÉTICOS**

Entre outros critérios éticos fixados na Carta-Compromisso firmada por Agências filiadas ao SINAPRO e associadas à ABAP, destacam-se as regras de comportamento recomendadas para nortear as ações de prospecção que são consideradas atitudes naturais e legítimas na esfera dos negócios da prestação de serviços de publicidade, que podem ser feitas através de envio de folders, portfólios, cartas de apresentação etc., que informam a respeito dos vários requisitos das Agências que atuam no mercado. No entanto, é consenso de todas as Agências que zelam por um relacionamento ético entre elas que sejam ressaltadas duas questões:

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

- + Concorrências: a) As normas de comportamento recomendadas pelo Conselho de Ética, referem-se especialmente às concorrências do setor privado. Quanto as concorrências do setor público que deverão ser reguladas por Editais e enquadradas na lei nº 12.232/10, lembrando que, quando elas não obedecerem às Normas-Padrão orientadas, por Lei pelo CENP, cabem recurso visando tais casos anômalos; b) É desejável que as Agências convidadas para uma concorrência do setor privado solicitem da empresa proponente e nome das outras Agências engajadas, invocando, se for oportuno, a existência de uma Carta-Compromisso entre as Agências de Publicidade, recomendando essa prática; c) Tratar da relação comercial após o resultado da definição técnica, de acordo com a recomendação das entidades representativas.

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

**Críterios Gerais**

Os critérios gerais seguem rigorosamente as Normas-Padrão da Atividade Publicitária editadas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), bem como a legislação da Indústria da Propaganda, particularmente lei nº 4.680, de 18 de junho de 1995, e os decretos nº 57.690, de 1 de fevereiro de 1966, e nº 2.262, de 26 de junho de 1997.

**CUSTOS INTERNOS**

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

**CUSTOS EXTERNOS**

São todos os custos dos serviços contratados com fornecedores/terceiros pela Agência de Propaganda, por ordem do Cliente-Anunciante, para execução dos trabalhos e realizados sob a supervisão da Agência. Sobre esses custos incidirá a taxa de 15% (quinze por cento). Essa taxa não incidirá sobre custos com impostos (exemplo IP), encargos sociais e reembolsos de despesas. "Desconto-Padrão de Agência" é o abatimento concedido com exclusividade pelo Veículo de Comunicação à Agência de Publicidade, a título de remuneração, pela criação/produção de conteúdo e intermediação técnica entre aquele e o Anunciante, no percentual não inferior a 20% (vinte por cento).  
**Reembolso de Despesas**

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



**VIGÊNCIA: de 1 de abril de 2021 a 31 de dezembro de 2021.**

Para mais informações sobre as leis e normas, consulte os links:

www.sinapro-pe.com.br | www.fenapro.org.br | www.cenp.com.br | www.conar.org.br



**ANEXO V - MODELOS  
CREDENCIAMENTO E DECLARAÇÕES**

**ANEXO V – 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



## Comissão Permanente de Licitação 01

### ANEXO V – 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



## Comissão Permanente de Licitação 01

### ANEXO V – 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 **TOMADA DE PREÇO Nº 003/2021**.

Local e Data

Assinatura do representante legal da empresa  
CNPJ da empresa



## Comissão Permanente de Licitação 01

### ANEXO V- 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 **TOMADA DE PREÇO Nº 003/2021**, que tem pleno conhecimento e concordância com o Edital.

Local e Data

Assinatura do representante legal da empresa  
CNPJ da empresa





## Comissão Permanente de Licitação 01

### ANEXO V- 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 dezesseis anos em trabalho algum.

Ressalva: Emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz ( )

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

Local e Data

Assinatura do representante legal da empresa  
CNPJ da empresa



## Comissão Permanente de Licitação 01

### ANEXO V- 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 **TOMADA DE PREÇO Nº 003/2021**, 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



## Comissão Permanente de Licitação 01

### ANEXO V- g) – EM TIMBRADO DO LICITANTE

#### DECLARAÇÃO DE CUMPRIMENTO DAS CONDIÇÕES DE HABILITAÇÃO MICROEMPRESA E EMPRESA DE PEQUENO PORTE

A empresa \_\_\_\_\_, inscrita no CNPJ sob o nº \_\_\_\_\_, DECLARA que é Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte, nos termos do enquadramento previsto na Lei Complementar nº. 123/2006, de 14 de dezembro de 2006, alterada pela Lei Complementar nº 147/2014, cujo termos declaro conhecer na íntegra.

(Local), ..... de .....de 2021.

(nome, carimbo e assinatura do representante legal da empresa)



## Comissão Permanente de Licitação 01

### ANEXO VI – MINUTA DO CONTRATO

PROCESSO LICITATÓRIO Nº. 017/2021  
TOMADA DE PREÇO Nº .003/2021

**CONTRATO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO SOCIAL** que entre si celebram O **MUNICÍPIO DOS PALMARES-PE** e a empresa .....

Pelo presente instrumento de Contrato, de um lado o **Município dos Palmares**, pessoa jurídica de direito público, com sede na Av. Visconde do Rio Branco, 1368, São Sebastião, Palmares/PE, inscrita no CNPJ/MF sob o nº. 10.212.447/0001-88, representado neste ato pelo Prefeito **Sr. José Bartolomeu de Almeida Melo Júnior**, brasileiro, ....., residente e domiciliado a ....., portador da cédula de identidade (RG) nº. .... e CPF nº. .... e pelo Secretário Executivo de Articulação Política e Comunicação **Sr. Francisco Vieira de Melo Neto**, brasileiro, ....., residente e domiciliado na Rua ....., ....., nesta cidade, portador do RG nº. .... e no CPF sob o nº. ...., pela Secretária Executiva Municipal de Educação, **Sra. Elizangela Maria das Neves Lopes** brasileira, ....., residente e domiciliado na Rua ....., ....., nesta cidade, portador do RG nº. .... e no CPF sob o nº. ...., pelo Secretário Executivo Municipal de Saúde o **Sr. Bruno César Camilo da Silva** brasileiro, ....., residente e domiciliado na Rua ....., ....., nesta cidade, portador do RG nº. .... e no CPF sob o nº. ...., pela Secretária Municipal de Desenvolvimento Social e Cidadania o a **Sra. Raquel Carvalho de Albuquerque Melo** brasileira, ....., residente e domiciliado na Rua ....., ....., nesta cidade, portador do RG nº. .... e no CPF sob o nº. .... e de outro lado, a ....., inscrita no CNPJ-MF sob o nº. ...., com sede estabelecida a ....., neste ato representada pelo(a) **Sr(a)**....., brasileiro(a), ....., residente e domiciliado(a) à Rua....., cidade....., portador(a) da cédula de identidade (RG) nº. .... e CPF nº. ...., doravante denominadas CONTRATANTE E CONTRATADA, firmam o presente contrato, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010, com aplicação complementar das Leis Lei Federais nº 4.680/65 e 8.666/93 e suas alterações, que reger-se-á pelas Cláusulas seguintes:

**Cláusula Primeira – OBJETO – Contratação de Agência de Propaganda para a prestação de serviços de publicidade e propaganda, de caráter educativo, informativo e de orientação social da Prefeitura Municipal dos PALMARES – PE, Fundo Municipal de Educação, Fundo Municipal de Saúde e Fundo Municipal de Assistência Social.**

**Cláusula Segunda - O PREÇO** - O preço do presente contrato é de R\$ \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_), constituído pela soma dos valores das diversas atividades desenvolvidas durante a execução do projeto.

**Cláusula Terceira - CONDIÇÕES DE PAGAMENTO** - O pagamento será efetuado pela CONTRATANTE, através de depósito bancário, em conta corrente da CONTRATADA e, se houver, de sua respectiva SUBCONTRATADA, conforme prevê a letra "I" da Cláusula Décima, em até 10 (dez) dias úteis do mês seguinte ao da prestação do serviço, ficando



## Comissão Permanente de Licitação 01

condicionado a execução dos serviços e terá as parcelas apuradas mensalmente que corresponderão aos serviços atestados efetivamente no período de cada mês civil, mediante a apresentação da Nota Fiscal/Fatura, e atesto do gestor técnico da contratação, designado pela CONTRATANTE;

O pagamento à CONTRATADA corresponderá, apenas, ao valor da parte que lhe cabe diretamente, ou seja: custos internos, referentes à criação e finalização de peças publicitárias; honorários, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros (subcontratados) e desconto padrão de agência, calculado sobre o valor bruto dos serviços de veiculação, cujo valor corresponde ao desconto concedido pelos veículos de mídia ao anunciante/contratante, a título de remunerar as agências de publicidade e propaganda pela criação/produção de conteúdo e intermediação, conforme preceitua as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas;

O pagamento a(s) SUBCONTRATADA(S), corresponderá ao valor dos serviços e/ou produtos por ela(s) fornecidos e, no caso de mídia, veiculados;

Devem ainda ser observadas por parte da CONTRATANTE as seguintes recomendações, no que se refere ao pagamento da CONTRATADA e, no que couber, de sua(s) respectiva(s) SUBCONTRATADA(S):

- a) Caso a Nota Fiscal/Fatura seja apresentada após o prazo constante desta cláusula, esta será paga em até 10 (dez) dias a contar de sua apresentação;
- b) Caso ocorra erro ou omissão na fatura ou outra circunstância que desaconselhe o seu pagamento, a CONTRATADA deverá substituí-la, devendo o prazo para pagamento tanto à CONTRATADA como a(s) sua(s) respectiva(s) subcontratada(s), passar a ser contado da data de apresentação, pela CONTRATADA, da nova fatura, nos termos do subitem anterior;
- c) A devolução da Fatura não aprovada pela CONTRATANTE, por conter incorreções, não poderá servir de pretexto para que a CONTRATADA suspenda a execução dos serviços;
- d) As faturas deverão ser entregues na Prefeitura Municipal dos Palmares, sob o protocolo, até o 5º (quinto) dia útil do mês seguinte ao da prestação dos serviços faturados, devidamente acompanhadas de cópia de comprovantes de quitação das obrigações patronais referentes ao mês anterior da prestação dos serviços faturados. Após análise técnica feita pelo gestor da contratação sobre os serviços realizados, que, se aprovadas, as referidas faturas serão atestadas e enviadas ao setor financeiro da CONTRATANTE, para análise fiscal e posterior pagamento;
- e) Serão descontados, mensalmente, da fatura os valores decorrentes de indenizações ou de multas eventualmente registradas;
- f) A CONTRATANTE poderá sustar o pagamento de qualquer Nota Fiscal/Fatura, no todo ou em parte, caso seja constatado que a CONTRATADA não cumpriu quaisquer das obrigações contratuais assumidas;
- g) Os períodos de atraso por culpa da CONTRATADA e aqueles decorrentes de atrasos nos pagamentos, motivados pela não aprovação dos documentos de cobrança devido a incorreções por parte da CONTRATADA, não serão computados para efeito de atualização monetária de preços;
- h) O pagamento fica condicionado à comprovação da regularidade fiscal da CONTRATADA e, no que couber, de suas respectivas SUBCONTRATADAS, devendo estas apresentarem, antes



## Comissão Permanente de Licitação 01

de cada pagamento, certidão negativa de débitos, dentro do prazo de validade, junto às Fazendas Públicas Federal, Estadual e Municipal, FGTS e CND Trabalhista, sob pena de suspensão de pagamento;

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

i.1) Percentual de desconto sobre os custos internos, baseados sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco, conforme a proposta apresentada;

i.2) Honorários (em percentual) de até 7% (sete por cento), de acordo com o constante da proposta de preços da CONTRATADA, a serem cobrados da CONTRATANTE, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros;

i.3) A CONTRATADA emitirá fatura contra a CONTRATANTE, referente ao desconto padrão de agência, calculado sobre o valor **bruto dos serviços de veiculação, cujo valor corresponde ao desconto concedido** pelos veículos de mídia (subcontratada) ao anunciante/contratante, a título de remunerar as agências de publicidade e propaganda pela criação/produção de conteúdo e intermediação, conforme preceitua as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas;

j) A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência, quando da utilização, pela CONTRATANTE, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente ao contrato;

k) Sobre o valor das faturas de serviços de veiculação que tenham sido contemplados com "desconto de agência" não incidirão os honorários sobre os serviços e suprimentos externos contratados;

l) Na execução do contrato, a CONTRATANTE deverá negociar com a CONTRATADA, a obtenção de percentual de reversão superior aos percentuais fixados no subitem anterior, com vistas a obter condições mais vantajosas para a Prefeitura Municipal dos Palmares, sendo obrigatória a comprovação documental, de que referida negociação foi realizada;

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

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

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

**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 2021 podendo ser prorrogado nos termos do inciso II, do Art. 57 da Lei n.º 8.666/93 e posteriores alterações, desde



## Comissão Permanente de Licitação 01

que os serviços estejam sendo prestados dentro dos padrões de qualidade exigidos, e os preços e as condições sejam vantajosos para o Município dos Palmares.

**Cláusula Quinta - DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA** - Os recursos destinados ao cumprimento do presente contrato são oriundos das dotações orçamentárias:

**FUNDO MUNICIPAL DA ASSISTÊNCIA SOCIAL DE PALMARES**  
08.122.0801.2008.0000 - MANUTENÇÃO DAS ATIVIDADES ADMINISTRATIVAS DO FMAS  
3.3.90.39.74 - OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA

**FUNDO MUNICIPAL DE SAÚDE**  
10.122.1001.2299.0000 - MANUTENÇÃO E GESTÃO DAS ATIVIDADES ADMINISTRATIVAS DA SECRETARIA DE SAÚDE  
3.3.90.39.00 - OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS PESSOA JURÍDICA

**SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONOMICO E TOURISMO**  
04.122.0410.2142.0000 - CERIMONIAL, SOLEN, EVENTOS, PUBLIC, E DIVULGAÇÃO INSTITUCIONAL  
3.3.90.39.00 - OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA

**FUNDO MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO DOS PALMARES**  
12.361.1201.2.199 - DIVULGAÇÃO INSTITUCIONAL, IMPRESSOS E PUBLICAÇÕES DIVERSAS - FME  
3.3.90.39.00 - OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA

**Cláusula Sexta - DAS GARANTIAS** - Em garantia da execução do Objeto deste contrato a contratada apresentará neste ato uma garantia correspondente a , 5% (cinco por cento) do valor da contratação, 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:

- c) 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:

- i) 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 dos Palmares-PE.
- j) A responsabilidade pelos direitos autorais perante terceiros, inclusive, ressarcimento proveniente de condenação judicial por uso indevido.
- k) Apresentação à Prefeitura Municipal dos Palmares-PE dos encargos previdenciários e tributários pela contratada quando a ela for responsável apresentado copia do recolhimento ao Departamento de Gestão Financeira.
- l) Prestar e deixar sempre atualizada a caução a ser dada pela contratada.



## Comissão Permanente de Licitação 01

**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 n.º 8.666/93.

**Cláusula Décima Primeira - VINCULAÇÃO AO EDITAL** - Este contrato está vinculado formalmente a todas as normas e deliberações constantes da **TOMADA DE PREÇO Nº 003/2021**, 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 dos Palmares-PE, 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.

Palmares/PE, ..... de.....de 2021

**CONTRATANTE:**





**PREFEITURA DOS  
PALMARES**  
A ESPERANÇA SE RENOVA

## Comissão Permanente de Licitação 01

**Município dos Palmares**  
**CNPJ: 10.212.447/0001-88**  
**Jose Bartolomeu de Almeida Melo Junior**  
**CPF: xxxxxxxxxxxxxxxxx**  
**Prefeito**

**Município dos Palmares**  
**Francisco Vieira de Melo Neto**  
**CPF: xxxxxxxxxxxxxxxxx**  
**Secretário Executivo de Articulação**  
**Política e Comunicação**

**Fundo Municipal de Educação Dos Palmares**  
**CNPJ: 19.608.720/0001-62**  
**Elizangela Maria das Neves Lopes**  
**CPF nº. xxxxxxxxxxxxxxxxx**  
**Secretária Executiva Municipal de Educação**

**Fundo Municipal de Saúde**  
**CNPJ: 00.562.279/0001-05**  
**Bruno César Camilo da Silva**  
**CPF nº xxxxxxxxxxxxxxxxx**  
**Secretário Executivo Municipal de Saude**

**Fundo Municipal de Assistência Social**  
**CNPJ: 01.717.816/0001-01**  
**Raquel Carvalho de Albuquerque Melo**  
**CPF nº. xxxxxxxxxxxxxxxxx**  
**Secretária Executiva Municipal de Assistência Social**

### CONTRATADA:

**Nome da empresa:**  
**CNPJ:**  
**Representante Legal:**  
**CPF:**



## Comissão Permanente de Licitação 01

### ANEXO VII – PROTOCOLO DE RECEBIMENTO DO EDITAL

#### TOMADA DE PREÇO Nº 003/2021

**OBJETO:** Contratação de Agência de Propaganda para a prestação de serviços de publicidade e propaganda, de caráter educativo, informativo e de orientação social da Prefeitura Municipal dos PALMARES – PE, Fundo Municipal de Educação, Fundo Municipal de Saúde e Fundo Municipal de Assistência Social.

**RAZÃO SOCIAL:** \_\_\_\_\_

**CNPJ nº:** \_\_\_\_\_

**ENDEREÇO:** \_\_\_\_\_

**CIDADE/ UF:** \_\_\_\_\_

**CEP:** \_\_\_\_\_

**FONE/FAX:** \_\_\_\_\_

**E-MAIL:** \_\_\_\_\_

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

**DATA DO RECEBIMENTO:** \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /2021.

**Assinatura e carimbo do recebedor:** \_\_\_\_\_

**CPF:** \_\_\_\_\_

**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.