

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
CONCORRÊNCIA Nº. 001/2021
(PROCESSO LICITATÓRIO Nº. 016/2021).

Edital de Concorrência nº. 001/2021 do **MUNICÍPIO DE CHÃ GRANDE**, para a **Contratação de Empresa de Marketing e Comunicação para Prestar Serviços de Publicidade para o Município de Chã Grande e respectivas secretarias municipais, incluindo: estratégia de comunicação social, criação publicitária, criação de campanhas de caráter educativo, informativo e de orientação social e utilidade pública; pesquisas e avaliações de matérias que guardem pertinência com serviços publicitários; produção e execução técnica de peças e projetos publicitários, acompanhamento de produção, elaboração de planos de mídia e distribuição de publicidade aos veículos, criação e produção de peças publicitárias de apoio a eventos educacionais, culturais e artísticos e/ou marketing promocional, criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária e publicação legal**, conforme Anexos I e II deste Edital, na modalidade **CONCORRÊNCIA**, do tipo **Técnica e Preço**, a ser processada, regida pela Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e alterações posteriores, bem como a Lei 4.680/1965, o Decreto nº 57.690/1966 com as alterações do Decreto nº 4.563, de 31 de dezembro de 2002 e as demais disposições desse mesmo Decreto nº 4.563/2002, as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, incorporadas ao sistema legal por força do Decreto nº 4.563/02, o Código de Ética dos Profissionais de Propaganda, Lei Federal nº 12.232/2010 e Lei Complementar nº 123 de 14.12.2006, sendo que os envelopes n.ºs "1", "2", "3", "4" e "5", o primeiro, de documentos para **PLANO DE COMUNICAÇÃO (APÓCRIFO)**, o segundo de **PLANO DE COMUNICAÇÃO (IDENTIFICADO)**, o terceiro de **CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO**, o quarto de **PROPOSTA DE PREÇOS** e o quinto de **HABILITAÇÃO**, devem ser entregues às **08h00min, do dia 28 de junho de 2021**, na sede da Comissão Permanente de Licitação do Município de Chã Grande, situada a Avenida São José, 101 - Centro – Chã Grande - PE, para abertura da documentação às **08h00min** do mesmo dia.

1.0- DO OBJETO

1.1 O objeto da presente licitação é a eventual **Contratação de Empresa de Marketing e Comunicação para Prestar Serviços de Publicidade para o Município de Chã Grande e respectivas secretarias municipais, incluindo: estratégia de comunicação social, criação publicitária, criação de campanhas de caráter educativo, informativo e de orientação social e utilidade pública; pesquisas e avaliações de matérias que guardem pertinência com serviços publicitários; produção e execução técnica de peças e projetos publicitários, acompanhamento de produção, elaboração de planos de mídia e distribuição de publicidade aos veículos, criação e produção de peças publicitárias de apoio a eventos educacionais, culturais e artísticos e/ou marketing promocional, criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária e publicação legal**, conforme especificações constantes nos anexos I e II deste Edital.

1.2 Os serviços devem observar o caráter informativo e de orientação social, de acordo com o Briefing (ANEXO II) deste Edital;

1.3 A agência contratada atuará de acordo com a solicitação da Contratante;

1.4 O produto final decorrente da execução do objeto desta licitação será propriedade do Município de Chã Grande, sendo, portanto, proibida a sua divulgação por qualquer meio ou sua reprodução total ou parcial sem expressa autorização, ficando a Contratada sujeita às penalidades aplicáveis.

2.0 - DA PARTICIPAÇÃO NA LICITAÇÃO

2.1 A participação na licitação implica na aceitação integral e irrevogável pelos licitantes, dos termos, cláusulas, condições e anexos do Edital, que passarão a integrar o contrato como se transcrito, com lastro na legislação referida no preâmbulo deste Edital, bem como na observância dos regulamentos administrativos e das normas técnicas aplicáveis, não sendo aceita, sob qualquer hipótese, alegação de seu desconhecimento em qualquer fase do procedimento licitatório e execução do contrato.

2.2 Poderão participar desta Licitação as pessoas jurídicas legalmente constituídas e estabelecidas no País e empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no Brasil, que satisfaçam o conceito de

Agência de Propaganda, nos termos da Lei nº 4.680 de 18/06/65 e demais legislação pertinente, **ficando, no entanto, impedidas** de participar da licitação, direta ou indiretamente, as empresas:

2.2.1 Em consócio, sob nenhuma forma.

2.2.2 Das quais participe, seja a que título for, servidor público Municipal de Chã Grande;

2.2.3 Que tenha sido declarada inidônea por órgão ou entidade da administração pública direta ou indireta, federal, estadual, municipal ou do Distrito Federal.

2.2.4 Empresas temporariamente suspensas ou impedidas de participar de licitação e/ou de contratar com o Município de Chã Grande ou com qualquer Órgão ou entidade da Administração Pública direta ou indireta, Federal, Estadual e/ou Municipal, sob pena de incidir no previsto no parágrafo único do art. 79 da Lei 8666/93 e alterações.

2.2.5 Que se encontre sob processo de falência, concordata ou recuperação judicial, concurso de credores, dissolução, ou liquidação.

2.2.6 Para cumprimento do disposto no item 2.2 acima, considera-se participação indireta a existência de qualquer vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira ou trabalhista entre o autor do projeto e o Licitante.

2.2.7 Empresa que em consulta *on line* ao Portal da Transparência do Governo Federal, através do sítio www.portaldatransparencia.gov.br, no link de Empresas Sancionadas, esteja sob punição de qualquer órgão federal, estadual ou municipal, usuário do sobredito Portal.

2.3 Cada licitante somente poderá apresentar uma proposta de acordo com as exigências deste Edital.

2.4 As Propostas Técnica e de Preços e quaisquer correspondências e documentos a elas relativos deverão ser escritos no idioma português. Os impressos de caráter técnico, inclusive os Certificados que comprovem sistema de qualidade, se for o caso, poderão estar escritos em outro idioma, sendo que, no caso de apresentação em idioma diferente do Português, deverão vir acompanhados de tradução para a língua portuguesa feita por tradutores juramentados, sob pena de inabilitação ou desclassificação.

2.5 É vedada a qualquer pessoa física ou jurídica a representação, na presente Concorrência, por mais de uma empresa licitante.

3.0 – DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

3.1 O recurso financeiro para a realização desta licitação é oriundo da seguinte dotação orçamentária:

Órgão: 2000 – Gabinete do Prefeito

Unidade: 2001 – Gabinete do Prefeito

Atividade: 04.131.409.218 – Divulgação Institucional, Impressos e Publicações Diversas

Elemento de Despesa: 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros Pessoa Jurídica.

Órgão: 4000 – Secretaria de Administração

Unidade: 4001 – Secretaria de Administração

Atividade: 04.122.402.2104 – Manutenção da Secretaria Administração

Elemento de Despesa: 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros Pessoa Jurídica.

Órgão: 4000 – Secretaria de Administração

Unidade: 4001 – Secretaria de Administração

Atividade: 04.122.407.2107 – Manutenção da Guarda Municipal

Elemento de Despesa: 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros Pessoa Jurídica.

Órgão: 5000 – Secretaria de Educação, Esportes, Cultura, Turismo e Juventude

Unidade: 5001 – Secretaria de Educação, Esportes, Cultura, Turismo e Juventude

Atividade: 12.361.1204.2.42 – Divulgação de Ações da Secretaria de Educação

Atividade: 12.361.1217.2.49 – Manutenção e Desenvolvimento do Ensino com Recursos do Salário Educação

Atividade: 13.392.1302.2.66 – Promoção de Ações Culturais

Atividade: 13.392.1302.2.67 – Ações de Apoio a Cultura

Atividade: 23.695.2301.2.63 – Manutenção das Ações Voltadas para a Promoção e Desenvolvimento Turístico

Atividade: 27.812.2701.2.68 – Manutenção das Atividades Vinculadas ao Esporte e Lazer no Município

Elemento de Despesa: 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros Pessoa Jurídica.

Órgão: 5000 – Secretaria de Educação, Esportes, Cultura, Turismo e Juventude

Unidade: 5002 – FUNDEB

Atividade: 12.361.1202.2.71 – Manutenção das Atividades – Meio da Educação Básco

Atividade: 12.361.1204.2.75 – Manutenção e Desenvolvimento do Fundeb 40% (Ensino Fundamental)

Elemento de Despesa: 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros Pessoa Jurídica.

Órgão: 6000 – Secretaria de Infraestrutura

Unidade: 6001 – Secretaria de Infraestrutura

Atividade: 15.122.1501.2.853 – Manutenção da Secretaria de Infraestrutura

Elemento de Despesa: 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros Pessoa Jurídica.

Órgão: 11000 – Secretaria de Finanças

Unidade: 11001 – Secretaria de Finanças

Atividade: 04.122.412.2.30 – Manutenção dos Serviços de Tributação

Elemento de Despesa: 3.3.90.39 – Outros Serviços de Terceiros Pessoa Jurídica.

Órgão: 7000 – Secretaria de Assistência Social

Unidade: 7002 – Fundo Municipal de Assistência Social

Atividade: 08.122.801.2.157 – Manutenção das Atividades do FMAS

Atividade: 08.241.802.2.158 – Serviços de Convivência e Fortalecimento de Vínculos para Idosos

Atividade: 08.244.802.2.164 – Manutenção das Ações Vinculadas ao Programa de Atenção Integral à Família – PAIF/CRAS

Atividade: 08.244.824.2.178 – Manutenção das Ações de Assistência Integral à Mulher

Atividade: 08.244.831.2.858 – Índice de Gestão Descentralizada – IGDBF

Atividade: 08.244.2702.2.860 – Piso Fixo de Média Complexidade - PAEFI

Elemento de Despesa: 3.3.90.39 – Outros Serviços de Terceiros Pessoa Jurídica.

Órgão: 7000 – Secretaria de Assistência Social

Unidade: 7003 – FUNDECA

Atividade: 08.122.822.2.181 – Manutenção das Atividades do Fundeca

Atividade: 08.243.817.2.184 – Apoio ao Conselho Tutelar

Atividade: 08.243.821.2.188 – Centro da Juventude

Elemento de Despesa: 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros Pessoa Jurídica.

Órgão: 8000 – Secretaria de Saúde

Unidade: 8001 – Secretaria de Saúde

Atividade: 10.122.1001.2.201 – Manutenção da Secretaria de Saúde

Elemento de Despesa: 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros Pessoa Jurídica.

Órgão: 8000 – Secretaria de Saúde

Unidade: 8002 – Fundo Municipal de Saúde

Atividade: 10.122.1001.2.129 – Manutenção das Atividades do FMS

Atividade: 10.122.1003.2.131 – Manutenção das Atividades do Conselho Municipal de Saúde

Atividade: 10.301.1005.2.851 – Manutenção das Ações de Atenção Básica à Saúde

Atividade: 10.302.1014.2.852 – Manutenção das Ações de Assistência de Média e Alta Complexidade Hospitalar e Ambulatorial

Atividade: 10.304.1018.2.151 – Manutenção das Ações de Vigilância Sanitária

Atividade: 10.305.1019.2.152 – Manutenção das Ações de Vigilância e Promoção da Saúde

Elemento de Despesa: 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros Pessoa Jurídica.

3.2 O maior valor global admitido para a contratação, para um prazo de vigência de 12 (doze) meses, é de: **R\$ 250.000,00 (Duzentos e cinquenta mil reais) destinados às Secretarias da Prefeitura Municipal, R\$ 150.000,00 (Cem e cinquenta mil reais) destinados ao Fundo Municipal de Saúde e R\$ 100.000,00 (Cem mil reais) destinados ao Fundo Municipal de Assistência Social.**

3.3 O prazo de que trata o subitem anterior, poderá ser prorrogado, a critério da administração, mediante Termo Aditivo, até o limite previsto no Inciso II, do Art. 57, da Lei nº 8.666/93 e alterações.

4.0 – DO CREDENCIAMENTO

4.1 Do credenciamento:

4.1.1 O credenciamento far-se-á por procuração através de instrumento público ou particular, em original ou cópia autenticada, devendo obrigatoriamente citar que o credenciado está autorizado a praticar todos os atos e atribuições inerentes aos processos licitatórios.

a) Em se tratando de procuração particular, a mesma deverá ter a firma reconhecida em cartório. Tanto à procuração pública como à procuração particular será atribuída uma validade de 12 (doze) meses a partir da data de assinatura, se outro prazo não constar no texto do referido documento.

b) A procuração particular deverá fazer-se acompanhar de documento comprobatório da capacidade do outorgante para constituir mandatários;

c) Sendo o representante sócio ou dirigente do licitante, deverá apresentar cópia autenticada do respectivo ato constitutivo ou documento no qual estejam expressos os seus poderes.

d) Declaração de Elaboração Independente de Proposta, nos termos do modelo constante do **Anexo VII** deste Edital, como condição obrigatória de participação na presente licitação. *(A referida Declaração deverá ser apresentada juntamente com os documentos de Habilitação).*

e) Para efeito de aplicação da Lei Complementar nº 123 de 14.12.2006, o licitante enquadrado como Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte deverá comprovar tal condição mediante Certidão Simplificada, emitida pela junta comercial competente, e/ou Comprovante de opção pelo Simples obtido através do site da Secretaria da Receita Federal, <http://www.receita.fazenda.gov.br/PessoaJuridica/simples/simples.htm> com data de GERAÇÃO e EXPEDIÇÃO dos últimos 30 (trinta) dias anteriores à data da realização da licitação, além de declaração firmada pelo representante legal da empresa, de não haver nenhum dos impedimentos previstos no § 4º do art. 3º da LC 123/2006, de acordo com o modelo constante do Anexo VIII.

e.1) A não apresentação do documento disposto no item anterior não impedirá a participação das Microempresas – ME, Empresas de Pequeno Porte – EPP e Microempreendedores Individuais – MEI, porém será considerada como renúncia da empresa ao exercício das prerrogativas previstas na Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006.

4.1.2 No dia, hora e local estipulados no preâmbulo deste edital, o documento de credenciamento deverá ser entregue juntamente com a respectiva cédula de identidade ou documento equivalente, em separado dos envelopes 01 – VIA NÃO IDENTIFICADA, 02 – VIA IDENTIFICADA, 03 – PROPOSTA TÉCNICA, 04 – PROPOSTA DE PREÇOS, sendo apresentado fora dos mesmos e permanecerão em poder da CPL para instrução do processo.

4.1.3 A não apresentação do documento de credenciamento não será motivo para a desclassificação ou inabilitação do licitante, apenas ficando impedido de se manifestar e responder pelo licitante durante os trabalhos, permanecendo tão somente como observador.

4.1.4 Cada licitante poderá apresentar no máximo 02 (dois) representantes, e cada credenciado poderá representar apenas 01 (uma) empresa.

5.0 - DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO (ENVELOPE 5)

5.1 Os documentos exigidos para a habilitação deverão ser apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas técnicas e de preços, nos termos do inciso XI do art. 11 da Lei nº 12.232, de 29.06.2010, devendo a **DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO (ENVELOPE 5)** ser apresentada em uma única via em original, ou cópia autenticada por cartório ou publicação na imprensa oficial, ou ainda, serem autenticadas por membro da CPL. As cópias reprográficas dos documentos podem ser autenticadas pela Comissão Permanente de Licitação. A documentação a ser apresentada deverá ter a validade do dia da primeira sessão, onde serão recebidos os envelopes de Proposta Técnica e Proposta de Preços.

5.1.1 Habilitação Jurídica

a) Registro Comercial, no caso de empresa individual, devidamente registrada na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante; ou em outro órgão, desde que a lei assim determine.

b) Ato Constitutivo ou Estatuto ou Contrato Social em vigor (entende-se como em vigor a apresentação do documento em sua primeira versão, com todas as suas alterações posteriores, caso tenha havido, ou sua versão consolidada), devidamente registrado na Junta Comercial da sede ou domicílio do licitante; ou em outro órgão, desde que a lei assim determine, em se tratando de Sociedades Comerciais e, no caso de Sociedades por Ações, acompanhado da ata devidamente arquivada da Assembleia Geral da reunião do Conselho de Administração que elegeu seus administradores, devendo ser apresentada comprovação da publicação pela imprensa da ata arquivada.

c) Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

d) Inscrição do ato constitutivo, acompanhada de prova da diretoria em exercício, no caso de sociedades civis.

5.2 REGULARIDADE FISCAL

a) Comprovante de inscrição no (Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ);

b) Prova de regularidade para com a Fazenda Municipal, comprovada através de Certidão de Regularidade Fiscal Municipal emitida pela Prefeitura Municipal do domicílio ou sede da licitante;

c) Certidão Negativa ou Positiva com efeitos de Negativa, da **Dívida Ativa da União e da Fazenda Federal**, atualizada, conforme o disposto no Decreto nº 8.302/2014 e Portaria nº 358/2014/MF;

d) Certidão Negativa de Débitos (**CND**), expedida pelo **INSS**, atualizada, podendo ser apresentada conjuntamente com a Certidão de que trata o subitem 5.2 alínea “c” do Edital, conforme estabelece a Portaria RFB/PGFN nº 1751/2014;

e) Certidão de Regularidade Fiscal com o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (CRF-FGTS);

f) Certidão de Regularidade com a Fazenda Estadual;

g) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT, nos termos do título VII-A, da Consolidação das Leis do Trabalho.

5.3. QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

a) Certidão negativa de falência ou recuperação judicial expedida pelo distribuidor da sede do licitante, **INCLUSIVE**, processos eletrônicos (PJ-e) de 1º e 2º grau; com data de expedição ou revalidação dos últimos **90 (noventa) dias** anteriores à data da realização da licitação, prevista no **preâmbulo**, caso o documento não consigne prazo de validade.

a.1) Nas comarcas onde não houver Processo Judicial Eletrônico (PJ-e), o licitante deverá apresentar declaração comprobatória expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, sob pena de Inabilitação.

b) **Balanco e demonstrações contábeis** com os respectivos Termos de Abertura e Encerramento, autenticados e registrados (chancelado) na Junta Comercial do Estado da sede da Licitante **referentes ao último exercício social**, que demonstrem resultados superiores a 1 (um) para os índices de Liquidez Geral (LG), Liquidez Corrente (LC) e Solvência Geral (SG). (Acórdão TCU n.º 1214/2013-Plenário e IN SLTI n.º 02/2008 e alterações posteriores):

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

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

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

c) Será aceita também a apresentação de **balanços e demais demonstrações contábeis intermediárias**, referentes ao **exercício em curso**, na forma da Lei, devidamente **assinados pelo representante legal e pelo Contador responsável, e registrados em Junta Comercial**.

d) Empresa criada no exercício em curso: fotocópias do Balanço de Abertura, devidamente registrado ou autenticado (chancelado) na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante.

e) O balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados por contador ou por outro profissional equivalente e pelo Diretor da empresa, devidamente registrado no Conselho Regional de Contabilidade.

f) Os balanços emitidos via Sistema Público de Escrituração Fiscal Digital - Sped Fiscal, serão aceitos devidamente autenticados, mediante recibo de entrega emitido pelo sped, conforme autoriza o art. 78 -A, §1.º e § 2.º do Decreto n.º 1.800/1996, alterado pelo Decreto n.º 8.683/2016.

g) Caso os **índices citados** na alínea "b" anterior demonstrem resultados **iguais ou inferiores a 1 (um)**, a licitante deverá **comprovar patrimônio líquido de 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação**, por meio da apresentação do **balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social**, apresentados na forma da lei, vedada a substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais, quando encerrados há mais de 3 (três) meses da data da apresentação da proposta (Acórdão TCU nº 1214/2013-Plenário e IN SLTI n.º 02/2008 e alterações posteriores).

h) A justificativa de se exigir a demonstração da qualificação econômico-financeira das licitantes foi por demais salutar, eis que, atendendo ao princípio da continuidade do serviço público, evitem-se paralisações por deficiência de recursos monetários. O objetivo é o de poder verificar a saúde financeira da licitante, evitando a participação de empresas que apresentem dependência econômica, isto é, aquelas que não possam executar os serviços às próprias expensas.

i) Garantia de apresentação da proposta (caução em original), conforme previsto no inciso III do art. 31 da lei nº 8.666/93, no valor de 1% (um por cento) do objeto, tendo como base o preço máximo estimado pela Administração, em uma das modalidades previstas no art. 56, da lei nº 8.666/93 e suas alterações. A caução será devolvida às licitantes após a homologação da licitação, excetuando a da licitante vencedora que ficará retida até a assinatura do contrato, quando será substituída pela garantia contratual.

i.1) No caso de Título da Dívida Pública, só serão aceitos aqueles emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central, e avaliados pelos seus valores econômicos, definidos pelo Ministério da Fazenda (Redação dada pela Lei nº 10.079/2004, de 31.12.2004);

5.4 QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

a) Atestado(s) de Capacidade Técnica fornecido(s) por Pessoa Jurídica de Direito Público ou Privado, que comprovem desempenho de serviço(s) compatível(eis) em características, quantidades e prazos com o objeto da licitação:

a.1) Serão considerados aptos os licitantes que apresentarem comprovação de prestação de serviço regular na produção e veiculação de campanha publicitária com abrangência simultânea de, pelo menos, quatro diferentes mídias, por campanha. Para efeito comprobatório, portanto, só será(ão) aceito(s) como atestado(s) válido(s) aquele(s) que contenha(m) na sua descrição a campanha realizada, o cliente, as mídias utilizadas e o período de veiculação das mesmas;

a.2) Para fins de comprovação de prestação de serviço regular só será(ão) considerado(s) atestado(s) emitido(s) por clientes com contrato direto com a agência licitante. Para atestar a simultaneidade de veiculação em diversas mídias *também* será(ão) aceita(s) declaração(ões) emitida(s) por veículo(s) e fornecedor(es) envolvido(s) na(s) campanha(s). A(s) declaração(ões) deve(m) ter a(s) firma(s) reconhecida(s) da(s) assinatura(s) do(s) declarante(s).

a.3) O(s) Atestado(s) emitido(s) por pessoa jurídica de direito privado deverão, obrigatoriamente, ter a firma reconhecida em cartório, do emitente do documento.

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

c) Apresentação do Certificado de Qualificação Técnica concedido pelo CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão, atestando que a licitante tem estrutura profissional técnica e de conjunto mínimo de informações e dados de mídia, na configuração estabelecida pelo Anexo —All das Normas-Padrão e conforme item 2.5.3 das mesmas Normas, para atendimento do art. 30, inciso II da Lei 8.666.

d) Relação do aparelhamento técnico disponível (incluindo sistema de gestão eletrônica) para a execução dos serviços objeto desta licitação, com declaração expressa firmada pelo licitante, sob as penas da lei, de que os mesmos se encontram em perfeitas condições de operacionalidade e trabalho.

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

e.1) Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade técnica deverão participar da execução dos serviços objeto desta licitação, admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovado pelo **MUNICÍPIO DE CHÃ GRANDE**.

e.2) A qualificação dos profissionais deve ser feita indicando o cargo de cada um dos profissionais disponíveis para realização dos serviços constantes neste Edital e sua qualificação, incluindo formação acadêmica, contas já atendidas, tempo de experiência em sua área de atuação.

f) Relação nominal dos instrumentos de pesquisa de mídia e planejamento disponíveis na agência para construção das estratégias de comunicação, próprias ou adquiridas de forma *ad hoc*, por assinatura ou encomenda.

5.5 DA DOCUMENTAÇÃO COMPLEMENTAR, que consistirá em:

a) Declaração de inexistência de fato superveniente impeditivo da habilitação, na forma do § 2º, do art. 32 da Lei nº. 8.666/93, alterado pela Lei nº. 9.648/98 e instrução Normativa MARE Nº. 5/95, republicada no Diário Oficial da União de 19 de abril de 1996, nos termos do modelo constante do **Anexo V** deste Edital.

b) Declaração de inexistência em seu quadro de pessoal de menores na norma do inciso XXXIII, do art. 7º, da Constituição, nos termos do modelo constante do **Anexo VI** deste Edital.

c) **Declaração expressa**, conforme modelo constante no **Anexo IX** de que o sócio ou diretor não ocupa cargo ou função de chefia, assessoramento ou função de confiança, no Município de Chã Grande.

d) Atestado de Regularidade emitido pela Secretaria de Defesa Social, Corpo de Bombeiros Militar, do Estado Sede do Licitante.

e) A Licitante deverá apresentar Certidão Negativa de Infrações Trabalhistas à Legislação de Proteção à Criança e ao Adolescente e Certidão Negativa de Infrações Trabalhistas que deverá ser requerida junto à Seção de Multas e Recursos da Delegacia Regional do Trabalho onde a empresa possuir sede, conforme Instrução Normativa nº 27, de 27 de fevereiro de 2002, da Secretaria de Inspeção do Trabalho e de que está conforme ao inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal.

5.6 Todas as certidões exigidas deverão estar dentro de seus prazos de validade, sob pena de inabilitação do licitante. As certidões que não mencionarem o prazo de validade serão consideradas válidas por **30 (trinta) dias** da data da emissão, salvo disposição contrária em lei ou em regulamento a respeito. No que se refere à comprovação de inscrição no **CNPJ**, a sua atualização compreenderá o prazo máximo de **180 (cento e oitenta) dias** da data da emissão, salvo disposição contrária em lei ou em regulamento a respeito.

5.7 As microempresas (ME) e empresas de pequeno porte (EPP), por ocasião da participação neste certame licitatório, deverão apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação de regularidade fiscal, mesmo que esta apresente alguma restrição, atendendo o que determina o art. 43 da Lei Complementar 123/06.

5.8 Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal, será assegurado o prazo de 5 (cinco) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado o vencedor do certame, prorrogáveis por igual período, a critério da Administração Pública, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa.

5.9 A entrega da documentação regularizada pela Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte será feita em sessão pública, com data previamente definida na Ata de Abertura da Concorrência Objeto desta Licitação.

5.10 A não regularização da documentação, no prazo previsto no subitem, implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no art. 81 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, sendo facultado à Administração convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, ou revogar a licitação.

5.11 Os documentos necessários à habilitação poderão ser apresentados em original, por qualquer processo de cópia autenticada por cartório competente ou por membro da Comissão Permanente de Licitação do Município de Chã Grande, ou publicação em órgão da imprensa oficial, **vedada sua apresentação através de cópia produzida via fax ou cópia ilegível**. Os documentos emitidos pela internet terão sua autenticidade verificada nos respectivos sites;

5.12 Sob pena de inabilitação, todos os documentos deverão estar em nome do proponente, com número do CNPJ e com o endereço respectivo, observado ainda, o que segue:

a) Se o proponente for a matriz, todos os documentos deverão estar em nome da matriz;

b) Se o proponente for a filial, todos os documentos deverão estar em nome da filial, exceto aqueles documentos que, pela própria natureza, comprovadamente, forem emitidos somente em nome da matriz.

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

5.14 O(s) Atestado(s) de Capacidade Técnica poderá(ão) estar emitido(s) em nome e com CNPJ da matriz e/ou da(s) filial(ais) da empresa licitante

5.15 Os documentos deverão preferencialmente ser apresentados ordenadamente, sequencialmente por item da habilitação, de modo a facilitar sua análise.

5.16 Todas as folhas, de cada uma das vias, de cada um dos **INVÓLUCROS**, deverão conter a rubrica de quem de direito da licitante e estarem numeradas sequencialmente, da primeira à última folha, de modo a refletir o seu número exato. Não numerando os documentos apresentados, e caso haja a alegação de que qualquer deles foi extraviado, no momento da sessão, todo o ônus ficará a cargo da licitante, não sendo imputada qualquer responsabilidade à Comissão Permanente de Licitação, que, em face da inexistência da ordem numérica dos documentos, ficará impossibilitada de saber se a licitante efetivamente os apresentou.

6.0 – DA PROPOSTA TÉCNICA (ENVELOPES Nº 01, 02 e 03)

A Proposta Técnica deverá ser acondicionada em três envelopes distintos:

6.1 Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, no **ENVELOPE Nº 01**.

6.1.1 O **ENVELOPE Nº 01**, Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia), não poderá ter nenhuma identificação na parte externa, para preservar – até a abertura do **ENVELOPE Nº 02** – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária.

6.1.2 A Comissão Permanente de Licitação só aceitará o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no **ENVELOPE Nº 01** fornecido obrigatoriamente pelo MUNICÍPIO, a pedido do **LICITANTE** interessado na presente Licitação, observado o disposto no subitem **6.1.7**.

6.1.3 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;
- Com espaçamento de 2 cm nas margens direita, esquerda, direita e esquerda, a partir da borda;
- Com espaçamento “simples” entre as linhas e duplo entre parágrafos;
- 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;
- Sem identificação do **LICITANTE**.

A confecção do Plano de Comunicação Publicitária – Via não identificada elaborada de forma diferente do acima exigido, acarretará na desclassificação da empresa licitante.

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

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

6.1.6 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 Nº 01**.

6.1.7 O **ENVELOPE Nº 01** deverá ser retirado pelo interessado, até o primeiro dia útil anterior à data prevista para a Sessão de abertura da Licitação, no horário de 08h00min as 13h00min, no Centro Administrativo Municipal, sito à Avenida São José, nº 101, Centro – Chã Grande – PE.

6.2 Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, no **ENVELOPE Nº 02**, a saber:

<p style="text-align: center;">ENVELOPE Nº 02 Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia e Não Mídia)</p>
--

**RAZÃO SOCIAL E CNPJ DO LICITANTE
CONCORRÊNCIA Nº 001/2021**

6.2.1 O **ENVELOPE Nº 02** 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.

6.2.2 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem a Ideia Criativa, deverá ter o mesmo teor da via não identificada e ser elaborado da seguinte forma:

- Em papel A4, timbrado;
- Com espaçamento de 2 cm 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.

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

6.3 Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, no **ENVELOPE Nº 03**, a saber:

ENVELOPE Nº 03
Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação
RAZÃO SOCIAL E CNPJ DO LICITANTE
CONCORRÊNCIA Nº 001/2021

6.3.1 O **ENVELOPE Nº 03** 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.

6.3.2 O **ENVELOPE Nº 03** 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 Nº 01**) e que permita identificar a autoria deste antes da abertura do **ENVELOPE Nº 02**.

6.4 A documentação dos **ENVELOPES Nº 02** e **03** 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.

6.5 A PROPOSTA TÉCNICA INCLUIRÁ 02 (DOIS) ITENS:

- a) Plano de Comunicação Publicitária;
- b) Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

6.5.1 DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

6.5.1.1 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 Ideia 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.

6.5.2 O plano versará sobre os seguintes tópicos:

6.5.2.1 Raciocínio Básico: constituído de texto no qual o concorrente explicitará seu entendimento sobre as informações apresentadas no Briefing; o Município de Chã Grande e sua linha de atuação específica e suas necessidades de comunicação.

6.5.2.2 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 do Município de Chã Grande, defendendo essa opção, examinando e descartando conceitos alternativos

6.5.2.3 Ideia 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.

6.5.2.4 Estratégia de Mídia: com textos que evidenciem:

a) 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);

b) 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) Simulação de plano de distribuição das peças publicitárias de que trata a “ideia criativa”, indicada no subitem 6.5.2.3 acima, acompanhada de memória, no tamanho máximo de uma lauda, em que se explicitem e se justifiquem as premissas assumidas.

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

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

a) Quantificação e qualificação dos profissionais que serão postos à disposição da linha de atuação, sob forma de currículo reduzido dos profissionais, discriminando as diferentes áreas de atendimento (estudo, planejamento, criação, produção de rádio, cinema e televisão, produção gráfica, mídia e atendimento), devendo o licitante indicar, caso a caso, quantos profissionais de cada nível servirão à linha de atuação;

b) Sistemática de atendimento, com clara indicação das obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento do licitante, incluindo prazos a serem observados desde o momento da solicitação dos serviços até sua criação, produto e veiculação;

c) 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;

d) Relação nominal dos instrumentos de pesquisa de mídia e planejamento disponíveis na agência para construção das estratégias de comunicação, próprias ou adquiridas de forma *ad hoc*, por assinatura ou encomenda.

6.5.3.2 O 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 em Prefeituras e/ou Órgãos Públicos em geral, devendo se apresentar da seguinte forma:

- a) Um DVD contendo até 02 (dois) vídeos de natureza institucional e/ou promocional;
- b) Um CD contendo até 05 (cinco) spots e/ou jingles para rádio;
- c) Um conjunto de até 05 (cinco) peças destinadas à mídia impressa.

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

6.5.3.2.2 Serão vedados os trabalhos que tiverem qualquer referência direta ou indireta da **CONTRATANTE** ou das suas subsidiárias;

6.5.3.2.3 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.

6.5.3.3 **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:** Relato de até 02 (dois) *cases histories*, com textos de, no máximo 05 (cinco) laudas cada um, referendados pelos respectivos anunciantes.

6.6. DA CAMPANHA SIMULADA

6.6.1. Para efeito de avaliação, o(s) licitante(s) deverá (ão) apresentar uma campanha simulada para o Município de Chã Grande, sobre o tema apontado no BRIEFING constante no Anexo I deste Edital, com duração de 60 (sessenta) dias, prevendo uma verba para este exercício de campanha de R\$ 60.000,00 (Sessenta mil reais).

7.0 - PROPOSTA DE PREÇOS (ENVELOPE Nº 4)

7.1 Os documentos exigidos deverão ser acondicionados em envelope opaco, lacrado e rubricado no fecho, constando em sua parte externa os seguintes dizeres:

ENVELOPE Nº 04 Proposta de Preços RAZÃO SOCIAL E CNPJ DO LICITANTE CONCORRÊNCIA Nº 001/2021
--

7.2 A Proposta de Preços **deverá constar do Envelope Nº 04** e ser apresentada de forma impressa em papel timbrado da licitante, através de edição eletrônica de textos, sem emendas ou rasuras, com todas as páginas rubricadas e a última, datada e assinada pelo titular da licitante ou procurador legalmente designado, contendo ainda razão social, endereço e CNPJ da licitante e estar acondicionada em envelope pardo identificado e atendendo aos requisitos abaixo:

- a) Carta de Apresentação da Proposta de Preços, conforme o modelo fornecido deste Edital;
- b) Data de formulação da oferta, validade da proposta (não inferior a 60 dias), prazo de entrega e assinatura do representante legal ou Procurador da empresa licitante;
- c) Declaração clara e explícita, assinada pelo titular da licitante ou procurador legalmente designado, de que os preços cotados incluem todos os tributos e despesas com materiais e mão-de-obra, seja qual for a sua natureza, incluindo, fretes, seguros, encargos sociais, trabalhistas e fiscais, ISS, despesas de viagem, locomoção, permanência, alimentação e quaisquer outras, segundo a legislação em vigor, representando a compensação integral pela prestação dos serviços. **Na ausência dessa declaração, serão consideradas inclusas todas as despesas mencionadas neste subitem.**

7.3 A Proposta de Preço deverá conter:

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

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; A contratada será remunerada pelos trabalhos prestados, denominado custos internos de criação, baseado nos valores já pré fixados na Tabela SINAPRO 2021.

b) A contratada fará jus ao recebimento de uma comissão por parte dos veículos de comunicação, na seguinte forma: Os veículos emitem suas faturas para a contratante pelo valor líquido, aplicado o percentual de desconto. A contratada emitirá nota fiscal referente ao desconto ofertado em vias de proposta apresentada.

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

7.3.2 **Política de negociação:**

a) De preços e condições de pagamento junto aos fornecedores e veículos, especialmente em relação a descontos;

b) De preços a serem pagos pelo licitante vencedor a atores e modelos, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças publicitárias por novos períodos a serem pactuados;

c) De preços a serem pagos pelo licitante vencedor a autores de obras artísticas preexistentes, aproveitadas em peças publicitárias, na reutilização dessas peças publicitárias por novos períodos a serem pactuados.

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

7.3.4 Declaração assinada pelo titular da licitante ou seu procurador legalmente designado se comprometendo a repassar ao MUNICÍPIO DE CHÃ GRANDE, todas as vantagens (pecuniárias ou não) obtidas nas negociações de preço com os veículos de comunicação e demais fornecedores e prestadores de serviços;

7.3.5 Declaração assinada pelo titular da licitante ou seu procurador legalmente designado, de que reverterá ao MUNICÍPIO DE CHÃ GRANDE, parcela do “desconto padrão de agência” a que fizer jus, no percentual máximo de cada faixa (2%, 3% ou 5%, conforme o caso), indicada no ANEXO “B” – SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS / BENEFÍCIOS, constante das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, emitida pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão, com base no investimento bruto anual em mídia. Não será considerada qualquer oferta de vantagem não prevista neste Edital, nem preço ou vantagem baseada nas ofertas das demais licitantes. Em caso de divergência entre dados numéricos e valores por extenso, prevalecerá este último. Havendo erro de cálculo, a Comissão Julgadora efetuará as retificações e considerará, para efeito de julgamento, o valor com as retificações efetuadas.

7.3.6 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.

8.0- DO PROCESSAMENTO E JULGAMENTO

8.1 No dia, hora e local designados neste Edital, a CPL receberá os Envelopes Via Não Identificada (“01”), Via Identificada (“02”), Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (“03”) e de Preços (“04”).

8.2 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.

8.3 Iniciada a sessão de abertura, o Presidente da CPL irá declarar o encerramento do prazo para recebimento dos envelopes, após o que nenhum documento e/ou proposta 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.

8.4 Todos os envelopes e propostas, quando da abertura dos respectivos envelopes, serão rubricados pelos membros da CPL e pelos representantes legais das empresas licitantes, não cabendo posteriormente qualquer reclamação por parte daquela que se abster de rubricá-las.

8.5 Em seguida proceder-se-á à abertura dos envelopes Nº 01 - Via Não Identificada e do envelope Nº 03 - Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

8.6 Abertos os envelopes de Nº 01 e 03, todos os documentos serão rubricados pelos membros da CPL e pelos representantes legais das empresas licitantes, não cabendo posteriormente qualquer reclamação por parte daquela que se abster de rubricá-las, encerrando-se a sessão para, em caráter reservado, ser procedida a análise por parte da equipe técnica;

8.7 No mesmo dia, a CPL encaminhará os envelopes Nº 01 - Via Não Identificada e o Nº 03 - Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, 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;

8.8 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 nº 02) podendo na mesma reunião, divulgar as classificações dos licitantes nos quesitos “PROPOSTA TÉCNICA”;

8.9 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.

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

8.11 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.

8.12 Para o julgamento das propostas serão observadas as regras da LC nº 123/2006 para as ME ou EPP.

9.0- CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

9.1 – **As propostas técnicas (envelopes nº 01, 02 e 03)** serão julgadas, avaliadas e classificadas de acordo com os critérios pertinentes e adequados ao objeto licitado definido 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:

9.1.1 A cada quesito técnico serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

ENVELOPE Nº 01

I	RACIOCÍNIO BÁSICO: máximo de 10 (dez) pontos , da seguinte forma:
----------	--

a)	Conhecimento das características gerais da PREFEITURA	2,0 (dois) pontos
b)	Conhecimento genérico dos serviços prestados pela PREFEITURA	2,0 (dois) pontos
c)	Adequada compreensão da linha de atuação específica da PREFEITURA, no âmbito da linha de atuação em questão	3,0 (três) pontos
d)	Acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação	3,0 (três) pontos
II	Estratégia de Comunicação máximo de 20 (vinte) pontos , da seguinte forma:	
a)	Formulação do conceito, dos quais 5,0 (cinco) pontos para a compreensão do tema hipotético e 5,0 (cinco) pontos para o desenvolvimento do raciocínio que conduziu ao conceito	10,0 (dez) pontos
b)	Formulação do tema da comunicação adotado para a linha de atuação	10,0 (dez) pontos
III	Idéia Criativa: máximo de 20 (vinte) pontos , da seguinte forma:	
a)	Estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha:	6,0 (seis) pontos
b)	Capacidade de síntese da estratégia de comunicação	4,0 (quatro) pontos
c)	Cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida	4,0 (quatro) pontos
d)	Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem	6,0 (seis) pontos
IV	Estratégia de Mídia: máximo de 15 (quinze) pontos , da seguinte forma:	
a)	Conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação	2,0 (dois) pontos
b)	Capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia	4,0 (quatro) pontos
c)	Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante.	4,0 (quatro) pontos
d)	Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta	5,0 (cinco) pontos

ENVELOPE Nº 03

V	Capacidade de Atendimento: máximo de 15 (quinze) pontos , da seguinte forma:	
a)	Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura, dos recursos materiais, pesquisas e informações disponibilizadas, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura.	8,0 (oito) pontos
b)	Sistemática de atendimento, com clara indicação das obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento do licitante, incluindo prazos a serem observados desde o momento da solicitação dos serviços até sua criação, produto e veiculação.	7,0 (sete) pontos
VI	Repertório: máximo de 10,0 (dez) pontos	
a)	Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção, pertinência, clareza, qualidade de execução e acabamento.	10,0 (dez) pontos

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

9.1.3 A nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero vírgula zero) ponto até a quantidade de pontos indicada em cada quesito;

9.1.4 A nota de cada quesito corresponderá à média aritmética das notas atribuídas por cada membro da subcomissão Técnica composta por profissionais com competência no ramo do objeto licitado designada mediante portaria, e que emitirá relatório com atribuição de notas às propostas;

9.1.5 As propostas técnicas serão classificadas pela ordem decrescente de pontuação, considerando o somatório de pontos atribuídos aos quesitos, limitado ao total máximo de **100 (cem) pontos**, respeitado o mínimo de **70 (setenta) pontos**;

9.1.6 Será desclassificada a proposta técnica que:

- a) Deixar de apresentar quaisquer documentos exigidos, ou apresentá-los em desacordo com o que foi exigido neste Edital;
- b) Não obter a nota mínima de **70 (setenta) pontos**.

9.2 Julgamento das propostas de preços considerando os itens DESCONTO e HONORÁRIO:

9.2.1 Depois de verificado o cumprimento dos requisitos exigidos nos itens 6 e 7 deste Edital, será procedida à avaliação dos itens da proposta de preço, conjuntamente, de acordo com os critérios estabelecidos na tabela a seguir:

DESCONTO / HONORÁRIO	NOTA
1. Desconto (em percentual) a ser concedido ao Município de Chã Grande, 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 Nota máxima: 60 (sessenta) pontos
2. Honorários (em percentual) a serem cobrados do Município de Chã Grande, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada:	1 - Honorário igual a 15%: Nota = 0
	2 - Honorário inferior a 15%: Nota = 5,0 x (15 - honorário) Nota máxima: 40 (quarenta) pontos

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

9.2.3 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 e alterações subsequentes;

9.2.4 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 e alterações subsequentes.

9.3 Julgamento Final das Propostas

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

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

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

9.3.3 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 e alterações.

9.4 Serão **desclassificadas** as propostas de preços que:

9.4.1 Não atendam às exigências deste Edital e seus anexos;

9.4.2 Utilizem quaisquer elementos, critérios ou fator sigiloso, secreto, subjetivo ou reservado que possa ainda que indiretamente elidir o princípio da igualdade entre os licitantes;

9.4.3 Ofertem vantagem não prevista neste Edital, inclusive financiamento subsidiado ou a fundo perdido, ou preço ou vantagem baseada nas ofertas dos demais licitantes;

9.4.4 Que apresente proposta com preços manifestamente inexequíveis assim consideradas aqueles que não venham a ter demonstrada sua viabilidade através de documentação que comprove que os custos dos insumos são coerentes com os de mercado e que os coeficientes de produtividade são compatíveis com a execução do objeto do contrato.

9.5 **Julgamento da Documentação de Habilitação**

9.5.1 Após a conclusão do julgamento das propostas Técnica e Preços e estabelecida a classificação final em ordem decrescente, serão recebidos e abertos os envelopes de documentações de habilitação apenas das empresas que tiverem as suas propostas classificadas, ou seja, cumpriram todas as exigências editalícias. Aberto os envelopes em sessão pública, toda a documentação, bem como os envelopes, serão rubricados pelos membros da CPL e pelos representantes previamente credenciados na sessão inicial, e que estejam presentes a sessão. Caso haja necessidade, a sessão poderá ser suspensa para que os membros da CPL possam fazer a análise da documentação em privado e posterior divulgação do resultado através de publicação no Diário Oficial dos Municípios de Pernambuco através do site www.diariomunicipal.com.br/amupe, para cumprimento dos prazos estabelecidos no art. 109 da Lei Federal nº 8666/93 e alterações.

9.5.2 Cumpridos os prazos recursais, a empresa participante do certame que estiver a maior nota final e que tenha sido considerada habilitada, será considerada classificada em primeiro lugar e vencedora do certame.

10.0- DO PRAZO E CONDIÇÕES DE ENTREGA/EXECUÇÃO DO OBJETO

10.1 O prazo para execução do objeto desta licitação será de 12 (doze) meses, contados a partir da data de assinatura do contrato, que ficará limitado, no que couber, anualmente ao valor correspondente a 1% (um por cento) da receita corrente líquida, nos termos do artigo 2º, IV, da Lei Complementar Federal nº 101, de 04 de maio de 2000, realizada no exercício, conforme dispõe a Lei Estadual 12.746 de 14.01.2005.

10.2 Na execução do objeto desta licitação não será permitida a prestação dos seguintes serviços: montagem de feiras e exposições.

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

10.4 Todo serviço a ser prestado pela **CONTRATADA** deverá ser precedido da apresentação do competente projeto de apropriação de custos, o qual, após aprovação da secretaria solicitante (**Interveniente do contrato**), gerará Ordem de Execução de Serviços a ser expedida pela Contratada, onde constarão às especificações dos serviços, os preços (planilhas de custos/orçamento) e os prazos de execução, devendo ser orçado, o valor de cada um dos serviços em função dos custos respectivos, obedecendo-se, rigorosamente, à sua compatibilidade com os preços de mercado, sob pena de responsabilidade civil.

10.5 Todos os serviços realizados serão documentados através da apresentação dos respectivos comprovantes de veiculação, cópias das faturas e duplicatas quitadas, emitidas pelos fornecedores, nos prazos a seguir discriminados:

a) comprovantes de veiculação até 15 (quinze) dias antes do pagamento;

b) cópias das notas fiscais/faturas e duplicatas emitidas pelos fornecedores acompanhados do comprovante de quitação, até 10 (dez) dias após o efetivo pagamento efetuado pela PREFEITURA MUNICIPAL.

10.6 Os serviços deverão ser executados pela **CONTRATADA** com o fornecimento de toda mão-de-obra, materiais, equipamentos e demais despesas necessárias à execução do objeto, sendo permitida a subcontratação parcial dos serviços necessários ao cumprimento do objeto contratado, desde que previamente aprovada pelo Secretário responsável, **estando vedada a subcontratação de serviços afetos à criação/concepção das ações de publicidade.**

10.6.1 A **CONTRATADA** obrigará-se a apresentar no mínimo 3 (três) cotações de acordo com os preços praticados no mercado, como condição para cada subcontratação dos serviços de terceiros.

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

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

10.8 As imagens brutas captadas para realização de vídeos e filmes, durante a vigência do contrato, deverão ser cedidas a Prefeitura Municipal.

10.9 Quanto aos **DIREITOS AUTORAIS**, serão observadas as seguintes disposições:

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

b) A empresa **CONTRATADA** se compromete a realizar por escrito a contratação de terceiros para produção de peças publicitárias e a prestação de outros serviços necessários ao cumprimento do objeto licitado, onde deverá explicitar a cessão a Prefeitura do uso das peças publicitárias e do material bruto, durante o prazo de vigência do contrato;

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

d) A futura **CONTRATADA** se compromete a negociar as melhores condições de preços até os percentuais máximos de 30% (trinta por cento) para os direitos de imagens e som de voz (atores, modelos e locutores) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilização pela **CONTRATANTE**, de peças publicitárias.

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

f) A futura **CONTRATADA** obrigará-se a apresentar no mínimo 3 (três) cotações de acordo com os preços praticados no mercado, como condição para cada subcontratação dos serviços de terceiros;

g) Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do § 1º do art. 2º da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010.

h) A futura **CONTRATADA** será responsável pelo controle da regularidade jurídica e fiscal das empresas por ela subcontratada, informando-as à **CONTRATANTE** por ocasião de sua prestação de contas, instruídas com as respectivas certidões;

i) A futura **CONTRATADA** deverá proceder à retenção e recolhimento dos tributos devidos pelas empresas por ela subcontratada, quando a mesma revestir a condição de responsável tributário.

11.0- DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

11.1 Os pagamentos serão feitos por crédito bancário, nos moldes e prazos estabelecidos nos Anexos do presente edital, no prazo de até 30 (trinta) dias, contados a partir do atesto do responsável pelo recebimento do objeto nos documentos hábeis de cobrança.

a) Para execução do pagamento do que trata o subitem 11.1, o licitante vencedor deverá fazer constar da Nota Fiscal correspondente, emitida, sem rasura, em letra bem legível em nome do respectivo Órgão da Administração com o CNPJ correspondente, com as seguintes informações: o nome e o número do Banco, o nome e número da agência e o nome e número de sua conta corrente.

b) A Nota Fiscal correspondente deverá ser entregue, pelo licitante vencedor, diretamente a secretaria solicitante, que somente atestará a execução e liberará a referida Nota Fiscal para pagamento, quando cumpridas, pelo licitante vencedor, todas as condições pactuadas.

c) Havendo erro na Nota Fiscal ou circunstâncias que impeçam a liquidação da despesa, àquela será devolvida e o pagamento ficará pendente até que o licitante vencedor providencie as medidas saneadoras. Nesta hipótese, o prazo para pagamento iniciará-se após a regularização da situação ou reapresentação do documento fiscal não acarretando qualquer ônus para a secretaria solicitante.

11.2 As faturas deverão ser entregues na Prefeitura, 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 aprovados, as referidas faturas serão atestadas e enviadas ao setor financeiro da CONTRATANTE, para análise fiscal e posterior pagamento.**

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

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

11.5 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.

11.6 O pagamento fica condicionado à comprovação da regularidade fiscal da **CONTRATADA**, e no que couber, de suas respectivas subcontratada, devendo estas, apresentarem antes de cada pagamento, certidão negativa débitos, dentro do prazo de validade, junto às Fazendas Públicas Federal, Estadual e Municipal, CNDT, INSS e FGTS, sob pena de suspensão de pagamento.

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

11.7.1 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.

11.7.2 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.

11.7.3 A **CONTRATADA** reverterá à **CONTRATANTE**, parcela do “desconto padrão de agência” a que fizerem jus, no percentual máximo de cada faixa (2%, 3% ou 5%, conforme o caso), indicada no ANEXO “B” – SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS / BENEFÍCIOS, constante das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, emitida pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão, com base no investimento bruto anual em mídia.

11.7.4 Na execução do contrato, a **CONTRATANTE** devidamente subsidiada pela **INTERVENIENTE** do contrato, 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, sendo obrigatória a comprovação documental de que a referida negociação foi realizada.

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

11.7.6 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); e

11.7.7 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).

12.0 - DO CONTRATO

12.1 Será firmado nos termos do **ANEXO X** deste Edital, instrumento contratual entre a PREFEITURA e a licitante vencedora da presente licitação.

12.2 O contrato terá vigência de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado de acordo com o que estabelece a Lei 8.666 /1993 e alterações.

12.3 Farão parte integrante do Contrato, como se transcrito:

- a) Edital e seus anexos;
- b) Proposta de preços apresentada pela licitante vencedora;
- c) Demais elementos integrantes do processo licitatório.

12.4 A **CONTRATANTE** convocará a licitante vencedora para assinar o Contrato, no prazo de até 10 (dez) dias úteis, sob pena de não o fazendo, decair do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas na Lei nº. 8.666/93 e alterações.

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

12.6 Será exigida do licitante vencedor garantia de execução do contrato, no percentual correspondente a 5% (cinco por cento) do valor total da sua proposta de preços, conforme previsto no art. 56 da lei nº 8.666/93 e alterações, através de uma das seguintes modalidades de garantia:

a) Na forma de fiança bancária, válida até 30 (trinta) dias após o término do prazo contratual, conforme expresso no subitem 12.2; ou

b) Caução em dinheiro ou títulos da dívida pública; ou

I. No caso de Título da Dívida Pública, só serão aceitos aqueles emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central, e avaliados pelos seus valores econômicos, definidos pelo Ministério da Fazenda (Redação dada pela Lei nº 10.079/2004, de 31.12.2004);

c) Seguro garantia, válida até 30 (trinta) dias após o término do prazo contratual, conforme subitem 12.2.

12.6.1 A apólice de garantia do contrato deverá ser apresentada para custódia na Comissão Permanente de Licitação anteriormente a data de assinatura do contrato, sob pena de sua rescisão, sem prejuízo das sanções cabíveis.

12.6.2 Ocorrendo prorrogação na vigência do contrato, deverá a garantia apresentada ser revalidada, por período não inferior a trinta dias, após o novo prazo previsto para o encerramento do mesmo.

12.6.3 A garantia só será liberada após a conclusão do objeto desta licitação, mediante requerimento do interessado.

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

13.0 - DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

13.1 A recusa injustificada da adjudicatária em assinar o contrato dentro do prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados a partir da convocação, caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida, sujeitando-o às penalidades previstas na lei 8.666/93 e suas alterações.

14.0 DA IMPUGNAÇÃO OU ESCLARECIMENTO SOBRE O ATO CONVOCATÓRIO

14.1 Os interessados que desejarem quaisquer esclarecimentos, providências ou impugnação do texto editalício deverão fazê-lo por escrito, até o 2º dia útil anterior à data prevista para a entrega dos envelopes, no horário das 08h00min às 13h00min, na CPL.

14.2 Qualquer pedido de esclarecimento em relação a eventuais dúvidas no texto do presente Edital e/ou seus Anexos, deverá ser encaminhado, por escrito, ao Presidente da Comissão Permanente de Licitação do Município de Chã Grande, ou por meio dos telefones constantes do rodapé.

14.3 Qualquer impugnação ao texto editalício deverá ser encaminhado, por escrito, ao Presidente da CPL e protocolado no endereço constante no rodapé, dentro do prazo legal vigente, acompanhado de documento que legitime o signatário a representar a empresa impugnante.

14.4 Eventuais recursos referentes a presente Concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de cinco dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à autoridade competente por intermédio da que praticou o ato recorrido.

15.0 - DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS:

15.1 Os recursos administrativos, preparados em 01 (uma) via e necessariamente assinados por representante legalmente habilitado ou credenciado, deverão ser apresentados em original e nos prazos previstos na lei 8.666/93 e alterações, juntamente com cópia autêntica de documento que comprove a sua representatividade, salvo quando se tratar de diretor ou sócio, com a devida comprovação.

15.1.1 Somente serão aceitos os recursos, eventualmente interpostos, que forem protocolados na Comissão Permanente de Licitação, no endereço constante no preâmbulo deste Edital.

15.2 Faculta-se aos licitantes a interposição de recursos nos termos e prazos do art. 109 da lei 8.666/93 e alterações, conforme a seguir.

15.2.1 interposição de recurso, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados a partir da intimação do ato ou da lavratura da ata pela Comissão Permanente de Licitações.

15.3 Durante o prazo de recurso, os autos do processo estarão com vista franqueada aos licitantes interessados, na Comissão Permanente de Licitação, não sendo permitida, entretanto, a sua retirada do local sob qualquer hipótese.

16.0 - DA ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO

16.1 A CPL após proceder ao julgamento da presente licitação, e observados os respectivos prazos recursais, submeterá o seu resultado à deliberação da autoridade superior competente, com vistas à homologação e adjudicação do objeto ao vencedor da licitação, em despacho circunstanciado.

17.0 - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

17.1 É facultada à Comissão Permanente de Licitação, em qualquer fase do processo, a promoção de diligências destinadas a esclarecer ou complementar a instrução do mesmo.

17.2 É competente o Foro da Comarca de Chã Grande, para discussões de litígio decorrentes da presente Licitação, com renúncia de qualquer outro, ainda que mais privilegiado.

17.3 Fazem parte deste Edital os seguintes anexos:

ANEXO I – Termo de Referência;

ANEXO II – Briefing;

ANEXO III – Modelo de Proposta de Preços e Valoração;

ANEXO IV – Modelo do Termo de Credenciamento do Representante da Licitante;

Anexo V – Modelo de Declaração de Inexistência de Fatos Impeditivos;

Anexo VI – Modelo de Declaração não emprego de mão-de-obra de menores;

Anexo VII – Modelo de Declaração Independente de Proposta;

Anexo VIII – Modelo Declaração de Enquadramento como Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte;

Anexo IX – Modelo Declaração expressa, de que o Sócio ou Diretor não ocupa cargo ou função de chefia, assessoramento ou função de confiança, no Município de Chã Grande;

Anexo X - Carta de Apresentação de Documentos de Habilitação;

Anexo XI – Minuta de contrato.

17.4 As normas disciplinadoras desta licitação serão interpretadas em favor da ampliação da disputa, respeitada a igualdade de oportunidade entre os licitantes e desde que não comprometam o interesse público, a finalidade e a segurança da contratação.

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

17.6 Qualquer modificação no Edital será divulgada pelo mesmo instrumento de publicação em que se deu o texto original, reabrindo-se o prazo inicialmente estabelecido, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das propostas.

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

17.8 A inadimplência do(s) **licitante(s)**, com referência aos encargos, não transfere a responsabilidade por seu pagamento a PREFEITURA, nem poderá onerar o objeto desta Concorrência; razão pela qual o

licitante vencedor renuncia expressamente a qualquer vínculo de solidariedade, ativa ou passiva, com a PREFEITURA.

17.9 A licitação poderá ser revogada ou anulada, nos termos previstos no Art. 49 da Lei Federal nº. 8.666/93 e alterações subsequentes.

17.10 O licitante que se insurgir contra a decisão da Comissão Permanente de Licitação, através de recurso administrativo, por motivo banal e sem amparo legal, ficando caracterizada a sua intenção de tumultuar e atrasar o andamento do processo poderá, a critério da Administração, ser acionado judicialmente para reparar os danos causados à Administração em razão de sua ação procrastinatória.

18.0 – DOS CASOS OMISSOS

18.1 Os casos omissos neste Edital serão resolvidos nos termos da Lei nº 8.666 de 21.06.1993 e alterações e Lei nº 12.232/10, bem como pela Comissão Permanente de Licitação – CPL e Subcomissão Técnica formada por profissionais que farão o julgamento da proposta técnica.

Chã Grande - PE, 11 de maio de 2021.

Mannix de Azevêdo Ferreira	Gleyciane Alexandre Gomes	Luana Roberta B. da Silva
Presidente	Secretária	Membro

CONCORRÊNCIA Nº 001/2021
REGISTRO DE PREÇOS
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 016/2021

ANEXO I

TERMO DE REFERÊNCIA

OBJETO: Contratação de Empresa de Marketing e Comunicação para Prestar Serviços de Publicidade para o Município de Chã Grande e respectivas Secretarias Municipais, incluindo: estratégia de comunicação social, criação publicitária, criação de campanhas de caráter educativo, informativo e de orientação social e utilidade pública; pesquisas e avaliações de matérias que guardem pertinência com serviços publicitários; produção e execução técnica de peças e projetos publicitários, acompanhamento de produção, elaboração de planos de mídia e distribuição de publicidade aos veículos, criação e produção de peças publicitárias de apoio a eventos educacionais, culturais e artísticos e/ou marketing promocional, criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária e publicação legal.

1. INTRODUÇÃO

1.1. O presente documento tem por objetivo estabelecer o conjunto de requisitos para licitação com vistas à contratação de agência de publicidade e propaganda, para prestação dos serviços de publicidade, para atender demandas da PREFEITURA.

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

2. OBJETO

2.1. Constitui objeto da presente a Contratação de agência de publicidade para a produção e execução técnica de peças e projetos publicitários, planejamento, criação, acompanhamento de produção, elaboração de planos de mídia e distribuição de publicidade aos veículos, produção de peças publicitárias de apoio a eventos no âmbito do Município e/ou marketing promocional, planejamento e execução de pesquisas, planejamento, criação e manutenção de redes sociais, bem como, outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios de divulgação ou sobre o resultado das campanhas realizadas além da criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação, para atender demandas do Município de Chã Grande, através das diversas Secretarias Municipais, de acordo com este Termo de Referência.

2.2. A agência contratada atuará de acordo com solicitação da Contratante;

2.3. O produto final decorrente da execução do objeto será propriedade da PREFEITURA, sendo, portanto, proibida a sua divulgação por qualquer meio ou sua reprodução total ou parcial sem expressa autorização, ficando a Contratada sujeita às penalidades aplicáveis.

3. VALOR ESTIMADO PARA CONTRATAÇÃO

A Prefeitura Municipal da Chã Grande/PE efetuará a contratação dos serviços elencados no valor máximo, de **R\$ 250.000,00 (Duzentos e cinquenta mil reais) destinados às Secretarias da Prefeitura Municipal, R\$ 150.000,00 (Cem e cinquenta mil reais) destinados ao Fundo Municipal de Saúde e R\$ 100.000,00 (Cem mil reais) destinados ao Fundo Municipal de Assistência Social.**

4. PRAZO E CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

4.1. 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; A contratada será remunerada pelos trabalhos prestados, denominado custos internos de criação, baseado nos valores já pré fixados na Tabela SINAPRO 2021.

b) A contratada fará jus ao recebimento de uma comissão por parte dos veículos de comunicação, na seguinte forma: Os veículos emitem suas faturas para a contratante pelo valor líquido, aplicado o percentual de desconto. A contratada emitirá nota fiscal referente ao desconto ofertado em vias de proposta apresentada.

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

4.2. A **CONTRATADA** não fará (ão) 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.

4.3. 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.

4.4. A **CONTRATADA** reverterá a PREFEITURA, parcela do “desconto padrão de agência” a que fizerem jus, no percentual máximo de cada faixa (2%, 3% ou 5%, conforme o caso), indicada no ANEXO “B” – SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS / BENEFÍCIOS, constante das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, emitida pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão, com base no investimento bruto anual em mídia.

4.4.1. Na execução do(s) contrato(s), a **CONTRATANTE**, devidamente subsidiada pela **INTERVENIENTE** do contrato, 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; sendo obrigatória a comprovação documental de que a negociação foi realizada.

4.5. 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.

4.6. 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).

4.7. 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. A PROPOSTA TÉCNICA INCLUIRÁ 02 (DOIS) ITENS:

a) Plano de Comunicação Publicitária;

b) Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

5.1 DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

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 Ideia 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.

5.1.1 O plano versará sobre os seguintes tópicos:

5.1.1.1 Raciocínio Básico: constituído de texto no qual o concorrente explicitará seu entendimento sobre as informações apresentadas no Briefing; o Município de Chã Grande e sua linha de atuação específica e suas necessidades de comunicação.

5.1.1.2 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 do Município de Chã Grande, defendendo essa opção, examinando e descartando conceitos alternativos

5.1.1.3 Ideia 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.

5.1.1.4 Estratégia de Mídia: com textos que evidenciem:

a) 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);

b) 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 justificção e da inclusão de tabelas, como anexos, que sirvam de apoio aos argumentos oferecidos;

c) Simulação de plano de distribuição das peças publicitárias de que trata a “idéia criativa”, indicada no subitem 5.1.3 acima, acompanhada de memória, no tamanho máximo de uma lauda, em que se explicitem e se justifiquem as premissas assumidas.

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

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

a) Quantificação e qualificação dos profissionais que serão postos à disposição da linha de atuação, sob forma de currículo reduzido dos profissionais, discriminando as diferentes áreas de atendimento (estudo, planejamento, criação, produção de rádio, cinema e televisão, produção gráfica, mídia e atendimento), devendo o licitante indicar, caso a caso, quantos profissionais de cada nível servirão à linha de atuação;

b) Sistemática de atendimento, com clara indicação das obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento do licitante, incluindo prazos a serem observados desde o momento da solicitação dos serviços até sua criação, produto e veiculação;

c) 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;

d) Relação nominal dos instrumentos de pesquisa de mídia e planejamento disponíveis na agência para construção das estratégias de comunicação, próprias ou adquiridas de forma *ad hoc*, por assinatura ou encomenda.

5.2.2 O 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 em Prefeituras e/ou Órgãos Públicos em geral, devendo se apresentar da seguinte forma:

a) Um DVD contendo até 02 (dois) vídeos de natureza institucional e/ou promocional;

b) Um CD contendo até 05 (cinco) spots e/ou jingles para rádio;

c) Um conjunto de até 05 (cinco) peças destinadas à mídia impressa.

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

5.2.2.2 Serão vedados os trabalhos que tiverem qualquer referência direta ou indireta da **CONTRATANTE** ou das suas subsidiárias;

5.2.2.3 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.

5.3 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: **Relato de até 02 (dois) cases histories, com textos de, no máximo 05 (cinco) laudas cada um, referendados pelos respectivos anunciantes.**

6. A Proposta de Preço ofertado deverá conter:

6.1. Itens sujeitos a valoração, contendo as informações constantes no anexo específico do Edital, indicando os percentuais em algarismos e por extenso, com os seguintes dados:

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

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

6.2. Política de negociação:

a) De preços e condições de pagamento junto aos fornecedores e veículos, especialmente em relação a descontos;

- b) De preços a serem pagos pela empresa licitante vencedor a atores e modelos, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças publicitárias por novos períodos a serem pactuados;
- c) De preços a serem pagos pelo licitante vencedor a autores de obras artísticas preexistentes, aproveitadas em peças publicitárias, na reutilização dessas peças publicitárias por novos períodos a serem pactuados.

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

- a) Para os direitos de autoria intelectual (criação, textos, produção, direção, trilha sonora original, arte-finalização e assemelhados), cessão durante a vigência do contrato, dos direitos patrimoniais de uso à Prefeitura;
- b) Para os direitos de imagem (atores e modelos) e de uso de obras artísticas preexistentes (ou de sua reprodução), o licenciamento de uso durante o prazo de vigência do contrato, com a definição de um percentual de até 30% do cachê original ou da licença original de uso, conforme o caso,
- c) Compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças publicitárias, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes, incluso nesses orçamentos;

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

6.5. Declaração assinada pelo titular da Empresa ou seu procurador legalmente designado, afirmando 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, inclusive cessão de direitos autorais. Na ausência dessa declaração, serão consideradas inclusas todas as despesas mencionadas neste subitem.

6.6. Declaração assinada pelo titular da Empresa ou seu procurador legalmente designado, de que reverterá a PREFEITURA parcela do “desconto padrão de agência” a que fizer jus, no percentual máximo de cada faixa (2%, 3% ou 5%, conforme o caso), indicada no ANEXO “B” – SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS /BENEFÍCIOS, constante das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, emitida pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão, com base no investimento bruto anual em mídia;

6.7. 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.

7. DA CAMPANHA SIMULADA

7.1. Para efeito de avaliação, o(s) licitante(s) deverá(ão) apresentar uma campanha simulada para a Prefeitura Municipal da Chã Grande, sobre o tema apontado no Briefing constante no ANEXO II deste Edital, com duração de 60 (sessenta) dias, prevendo uma verba para este exercício de campanha de R\$ 60.000,00 (Sessenta mil reais).

8. PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

8.1. As propostas técnicas serão julgadas, avaliadas e classificadas de acordo com os critérios pertinentes e adequados ao objeto licitado definido 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:

8.1.1.A cada quesito técnico serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

I	RACIOCÍNIO BÁSICO: máximo de 10 (dez) pontos , da seguinte forma:	
a)	Conhecimento das características gerais da PREFEITURA	2,0 (dois) pontos
b)	Conhecimento genérico dos serviços prestados pela PREFEITURA	2,0 (dois) pontos
c)	Adequada compreensão da linha de atuação específica da PREFEITURA, no âmbito da linha de atuação em questão	3,0 (três) pontos
d)	Acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação	3,0 (três) pontos

II	Estratégia de Comunicação máximo de 20 (vinte) pontos , da seguinte forma:	
a)	Formulação do conceito, dos quais 5,0 (cinco) pontos para a compreensão do tema hipotético e 5,0 (cinco) pontos para o desenvolvimento do raciocínio que conduziu ao conceito	10,0 (dez) pontos
b)	Formulação do tema da comunicação adotado para a linha de atuação	10,0 (dez) pontos

III	Ideia Criativa: máximo de 20(vinte) pontos , da seguinte forma:	
a)	Estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha:	6,0 (seis) pontos
b)	Capacidade de síntese da estratégia de comunicação	4,0 (quatro) pontos
c)	Cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida	4,0 (quatro) pontos
d)	Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem	6,0 (seis) pontos

IV	Estratégia de Mídia: máximo de 15 (quinze) pontos , da seguinte forma:	
a)	Conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação	2,0 (dois) pontos
b)	Capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia	4,0 (quatro) pontos
c)	Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante.	4,0 (quatro) pontos
d)	Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta	5,0 (cinco) pontos

V	Capacidade de Atendimento: máximo de 15 (quinze) pontos , da seguinte forma:	
a)	capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura, dos recursos materiais, pesquisas e informações disponibilizadas, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição do Prefeitura.	8,0 (oito) pontos

b)	Sistemática de atendimento, com clara indicação das obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento do licitante, incluindo prazos a serem observados desde o momento da solicitação dos serviços até sua criação, produto e veiculação.	7,0 (sete) pontos
----	---	-------------------

VI	Repertório: máximo de 10,0 (dez) pontos	
a)	Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção, pertinência, clareza, qualidade de execução e acabamento.	10,0 (dez) pontos

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

8.1.3. A nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero vírgula zero) ponto até a quantidade de pontos indicada em cada quesito;

8.1.4. A nota de cada quesito corresponderá à média aritmética das notas atribuídas por cada membro da Comissão Técnica designada pelo Município, e que emitirá relatório com atribuição de notas às propostas;

8.1.5. As propostas técnicas serão classificadas pela ordem decrescente de pontuação, considerando o somatório de pontos atribuídos aos quesitos, limitado ao total máximo de 100 (cem) pontos, respeitado o mínimo de 70 (setenta) pontos;

8.1.6. A nota de cada quesito corresponderá à média aritmética das notas atribuídas por cada membro da Comissão Técnica designada pela Prefeitura, e que emitirá relatório com atribuição de notas às propostas.

8.1.7. Será desclassificada a proposta técnica que:

- a. Deixar de apresentar quaisquer documentos exigidos, ou apresentá-los em desacordo com o Edital;
- b. Não obtiver a nota mínima de **70 (setenta) pontos**.

9. PONTUAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

9.1. Depois de verificado o cumprimento dos requisitos exigidos no Edital para as propostas técnica e de preço, será procedida a avaliação dos itens da proposta de preço, conjuntamente, de acordo com os critérios estabelecidos na tabela a seguir:

DESCONTO / HONORÁRIO	NOTA
1. Desconto (em percentual) a ser concedido ao Município de Chã Grande, 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 Nota máxima: 60 (sessenta) pontos
2. Honorários (em percentual) a serem cobrados do Município de Chã Grande, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada:	1 - Honorário igual a 15%: Nota = 0
	2 - Honorário inferior a 15%: Nota = 5,0 x (15 - honorário) Nota máxima: 40 (quarenta) pontos

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

10. CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS (NOTA FINAL)

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

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

10.2. A classificação das propostas far-se-á em ordem decrescente das Notas Finais;

10.3. A 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 e alterações.

11. DIREITOS AUTORAIS

11.1. A **CONTRATADA** cede à **CONTRATANTE**, os direitos patrimoniais de uso de ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças publicitárias (fotos e material gráfico, eletrônico e multimídia), softwares, CDs, imagens brutas em filme ou VT, composições, arranjos, execução de trilha sonora e jingles, animação, pantomima, publicações editoriais e quaisquer outras modalidades de publicidade existentes ou que venham a ser inventadas, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato a ser firmado;

11.2. A **CONTRATADA** se compromete a realizar por escrito a contratação de terceiros para produção de peças publicitárias e campanhas e a prestação de outros serviços, onde deverá explicitar a cessão durante a vigência do contrato, a Prefeitura do uso das peças publicitárias e do material bruto;

11.3. A **CONTRATANTE** considerará como inclusa nos custos de produção, qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos, durante a vigência do contrato;

11.4. A **CONTRATADA** se compromete a negociar as melhores condições de preços até os percentuais máximos de 30% (trinta por cento) para os direitos de imagens e som de voz (atores, modelos e locutores) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilização de peças publicitárias da **CONTRATANTE**.

Chã Grande - PE, 11 de maio de 2021.

Paulo Sérgio Paulino da Silva
Assessor Especial
Matrícula 375075

CONCORRÊNCIA Nº 001/2021
REGISTRO DE PREÇOS
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 016/2021

ANEXO II - BRIEFING

OBJETO: Constitui objeto do presente a CONTRATAÇÃO DE EMPRESA DE MARKETING E COMUNICAÇÃO PARA PRESTAR SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PARA O MUNICÍPIO DE CHÃ GRANDE E RESPECTIVAS SECRETARIAS MUNICIPAIS, INCLUINDO: ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL, CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA, CRIAÇÃO DE CAMPANHAS DE CARÁTER EDUCATIVO, INFORMATIVO E DE ORIENTAÇÃO SOCIAL E UTILIDADE PÚBLICA; PESQUISAS E AVALIAÇÕES DE MATÉRIAS QUE GUARDEM PERTINÊNCIA COM SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS; PRODUÇÃO E EXECUÇÃO TÉCNICA DE PEÇAS E PROJETOS PUBLICITÁRIOS, ACOMPANHAMENTO DE PRODUÇÃO, ELABORAÇÃO DE PLANOS DE MÍDIA E DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS, CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DE PEÇAS PUBLICITÁRIAS DE APOIO A EVENTOS EDUCACIONAIS, CULTURAIS E ARTÍSTICOS E/OU MARKETING PROMOCIONAL, CRIAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE FORMAS INOVADORAS DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA E PUBLICAÇÃO LEGAL.

I – APRESENTAÇÃO

Este documento tem como finalidade prestar orientação básica às agências de propaganda que desejam participar da licitação sob a modalidade Concorrência, para a contratação de Agência de Publicidade e Propaganda para prestação de serviços de publicidade e propaganda, de acordo com o objeto descrito no Edital. Para facilitar o trabalho das empresas licitantes, escolhemos um tema específico incluindo o modo de veiculação para simulação da mídia, que servirá para avaliação da subcomissão técnica. Este instrumento proporcionará uma ampla margem de informações referentes ao formato de desenvolvimento da campanha bem como será de fundamental importância para dar andamento e transparência ao processo.

II - DADOS GERAIS

Chã Grande é um Município do Estado de Pernambuco, distante 82 km da capital Recife. O Município é composto pelo distrito sede e pelos povoados Vila de Santa Luzia, Malhadinha e Beatriz Alves

Área: 70.192 km²

População total (estatísticas IBGE/2015): 21.274 habitantes

Altitude: 470 m

Municípios limítrofes: norte: Gravatá, sul: Amaraji e Primavera, a leste com Pombos e a oeste com Gravatá

Aniversário: 20 de dezembro

III – TEMA DA CAMPANHA: TODOS CONTRA O CORONAVÍRUS

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

com a agência se deve à necessidade da elaboração e divulgação de uma campanha sobre o COMBATE AO CORONAVÍRUS. A Prefeitura de Chã Grande tem feito campanhas e ações voltadas à conscientização de todos os munícipes sobre o que é e como se dá a prevenção. Porém, mesmo assim, o índice de casos de COVID -19 vem aumentando no mundo inteiro. Então, para que não haja um surto da doença ainda maior, devido à chegada do inverno, a Prefeitura quer se prevenir cada vez mais contra essa doença que se transformou em pandemia mundial.

IV - OBJETIVO DA CAMPANHA

Deverá ser elaborada pelas agências de publicidade licitantes uma campanha de prevenção contra a o Coronavírus, que terá como foco orientar a população sobre a forma correta de como evitar a doença, sendo, pois, o uso de máscara, álcool em gel e distanciamento social, a melhor maneira de o fazer recomendada pela Organização Mundial de Saúde.

V – PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO

a) O principal desafio está na conscientização. A maioria das pessoas pensam que, cuidando apenas de si mesmo, estará seguro perante a COVID -19. Porém, se faz necessário que ela prospecte e oriente seus vizinhos, amigos e familiares, principalmente os que possuem comorbidades, para que realmente esteja praticando as orientações necessárias, pois, mesmo estando em casa o máximo tempo “que puder”, a pessoa pode contrair a doença, caso seu parente próximo tenha mantido contato com o vírus no trabalho, transporte público e ou locais de grande aglomeração como feiras e mercados.

b) Temos como oportunidade a entrada do inverno, período em que ocorrem muitas chuvas e baixas temperaturas, o que torna o clima mais uma possibilidade de agravamento de doenças respiratórias ao mesmo tempo sendo a hora necessária para intensificação e divulgação da campanha.

VI - PÚBLICO ALVO

A campanha deve abranger o público em geral, tendo como target, porém, o seguinte público: adultos com faixa etária de 18 a 99 anos, de ambos os sexos.

VII - OBJETIVOS DE MARKETING

Sustentar, para a sociedade, a imagem de interesse na saúde pública por parte da Prefeitura de Chã Grande.

Objetivos de comunicação:

- a) Informar como se previne coronavírus e quais as suas causas e consequências;
- b) Comunicar que apenas cuidar de si não significa estar seguro;
- c) Informar os sintomas da doença, como se combate e o que é a COVID - 19, como se contrai e como evitá-la;
- d) Formato e obrigatoriedades de comunicação: Todas as peças apresentadas devem ser apresentadas como layout e adaptadas individualmente em formato A4. A assinatura de todas

as peças deve conter a logomarca da Prefeitura Municipal de Chã Grande com a submarca (legenda) da Secretaria de Saúde;

e) Para conhecimento geral, os principais meios de comunicação utilizados no município são rádio, TV, outdoors, sites e carros de som. Outros meios são pouco vistos na cidade. Mas a Prefeitura de Chã Grande não se fecha nessas possibilidades e está aberta às formas mais adequadas para cada tipo de ação que se desejar.

PEÇAS DA CAMPANHA

- a) Peça conceito para materiais impressos
- b) Peça conceito para redes sociais (card e stories)
- c) 02 textos para spots de rádio com duração de 30 segundos
- d) Storyboard para filme de TV com duração de 30 segundos
- e) Layout para outdoor (9m x 3m)
- f) Plano de mídia reduzido com breve defesa técnica
- g) **Prazo da campanha:** 60 dias.
- h) **Orçamento da Campanha:** R\$ 60.000,00
- i) **Abrangência:** local.

Chã Grande - PE, 11 de maio de 2021.

Paulo Sérgio Paulino da Silva
Assessor Especial
Matrícula 375075

ANEXO III
PROPOSTA DE PREÇOS E VALORAÇÃO
(MODELO)

Local e Data

À

Att.: COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
Ref.: CONCORRÊNCIA Nº 001/2021 / PROCESSO LICITATÓRIO Nº 016/2021

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

1. Objeto: Contratação de Empresa de Marketing e Comunicação para Prestar Serviços de Publicidade para o Município de Chã Grande e respectivas Secretarias Municipais, incluindo: estratégia de comunicação social, criação publicitária, criação de campanhas de caráter educativo, informativo e de orientação social e utilidade pública; pesquisas e avaliações de matérias que guardem pertinência com serviços publicitários; produção e execução técnica de peças e projetos publicitários, acompanhamento de produção, elaboração de planos de mídia e distribuição de publicidade aos veículos, criação e produção de peças publicitárias de apoio a eventos educacionais, culturais e artísticos e/ou marketing promocional, criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária e publicação legal, de acordo com o Termo de Referência **(ANEXO I)** e Briefing **(ANEXO II)** do Edital;

2. Remuneração proposta:

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

a) percentual de **desconto** a ser concedido a PREFEITURA, sobre os **custos internos**, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco: _____%(por extenso);

b) **honorários** (em percentual) de até 15% (quinze por cento) a serem cobrados da PREFEITURA, 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)

- a)
- b)
- c)

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

- a)
- b)
- c)

5. Demais declarações:

5.1. Declaramos que nos comprometemos a repassar ao CONTRATANTE todas as vantagens (pecuniárias ou não) obtidas nas negociações de preço com os veículos de comunicação e demais fornecedores e prestadores de serviços.

5.2. Declaramos que os preços propostos estão inclusos todos os tributos e despesas com materiais e mão de obra, seja qual for a sua natureza, incluindo, fretes, seguros, encargos sociais, trabalhistas e fiscais, ISS,

despesas de viagem, locomoção, permanência, alimentação e quaisquer outras, segundo a legislação em vigor, representando a compensação integral pela prestação dos serviços.

5.3. Declaramos que reverteremos ao contratante, parcela do “desconto padrão de agência” a que fizermos jus, no percentual máximo de cada faixa (2%, 3% ou 5%, conforme o caso), indicada no ANEXO “B” – SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS / BENEFÍCIOS, constante das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, emitida pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão, com base no investimento bruto anual em mídia.

6. Prazo de validade da proposta: mínimo de 60 (sessenta) dias contados da data da entrega dos envelopes “1” (Documentação), “2” (Proposta Técnica) e “3” (Proposta de Preços), à Comissão Permanente de Licitação.

7. Alíquota do Imposto Sobre Serviço de Qualquer Natureza praticada no Município do domicílio do licitante, _____% (por extenso).

Local - UF, ___de_____ de 2021.

(assinatura do representante legal denominação da empresa)

ANEXO IV

TERMO DE CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTE (MODELO)

Local e Data

À

Att.: COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Ref.: TERMO DE CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTE

Credenciamos junto ao Município de Chã Grande, o Senhor (a)....., (nacionalidade, estado civil, profissão), portador da cédula de Identidade n°..... expedido pela, devidamente inscrito no Cadastro de Pessoas Físicas do Ministério da Fazenda, sob o n°....., residente à rua, n°, como mandatário, para representar a empresa, podendo praticar todos os atos necessários concernentes ao Processo Licitatório n.º 016/2021 – Concorrência n.º 001/2021, da COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO, que tem como objeto a Contratação de Empresa de Marketing e Comunicação para Prestar Serviços de Publicidade para o Município de Chã Grande e respectivas Secretarias Municipais, incluindo: estratégia de comunicação social, criação publicitária, criação de campanhas de caráter educativo, informativo e de orientação social e utilidade pública; pesquisas e avaliações de matérias que guardem pertinência com serviços publicitários; produção e execução técnica de peças e projetos publicitários, acompanhamento de produção, elaboração de planos de mídia e distribuição de publicidade aos veículos, criação e produção de peças publicitárias de apoio a eventos educacionais, culturais e artísticos e/ou marketing promocional, criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária e publicação legal, de acordo com o Termo de Referência **(ANEXO I)** e Briefing **(ANEXO II)** do Edital; ao qual outorgamos amplos poderes, inclusive para interpor recursos, quando cabíveis, transigir, desistir, renunciar e assinar atas e documentos, praticando, desta forma, todos os atos indispensáveis para nossa participação no presente processo licitatório.

Atenciosamente,

Empresa (Identificação)

Assinatura do representante legal (indicar nome e cargo)

(em papel timbrado da licitante)

ANEXO V

CONCORRÊNCIA Nº 001/2021

DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATO SUPERVENIENTE

_____, CNPJ nº _____

(Nome da Empresa)

sediada à _____

(Endereço Completo)

declara, sob as penas da Lei, que até a presente data inexistem fatos impeditivos para sua Habilitação no presente Processo Licitatório, ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

_____, _____ de _____ de 2021.

(Nome completo do declarante)

(Nº da CI do declarante)

(Assinatura do declarante)

ANEXO VI

CONCORRÊNCIA Nº 001/2021

DECLARAÇÃO DE MÃO-DE-OBRA DE MENORES

_____, CNPJ nº _____

(Nome da Empresa)

sediada à _____

(Endereço Completo)

DECLARA, para fins do disposto no inciso V do art. 27 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, acrescido pela Lei nº 9.854, de 27 de outubro de 1999, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesesseis) anos. Ressalva: emprega menor, a partir de 14 (catorze) anos na condição de aprendiz.

_____, _____ de _____ de 2021.

(Nome completo do declarante)

(Nº da CI do declarante)

(Assinatura do declarante)

ANEXO VII

CONCORRÊNCIA Nº. 001/2021

DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA

_____ (nome da empresa licitante), inscrita no CNPJ nº _____, por intermédio de seu representante legal o(a) Sr.(a)...., portador(a) da Carteira de Identidade nº..... e do CPF nº, doravante denominada LICITANTE, para fins do disposto no item 5.5 alínea “c” do Edital, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

(a) a proposta apresentada para participar da Concorrência Nº 001/2021, foi elaborada de maneira independente pela LICITANTE, e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante potencial ou de fato da Concorrência Nº 001/2021, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

(b) a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar da Concorrência Nº 001/2021 não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato da Concorrência Nº 001/2021, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

(c) que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato da Concorrência Nº 001/2021 quanto a participar ou não da referida licitação;

(d) que o conteúdo da proposta apresentada para participar da Concorrência Nº 001/2021 não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato da Concorrência Nº 001/2021 antes da adjudicação do objeto da referida licitação;

(e) que o conteúdo da proposta apresentada para participar da Concorrência Nº 001/2021 não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante do MUNICÍPIO DA CHÃ GRANDE - PE, antes da abertura oficial das propostas; e

(f) que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

_____, _____ de _____ de 2021.

(Nome completo do declarante)

(Nº. da CI do declarante)

(Assinatura do declarante)

ANEXO VIII

CONCORRÊNCIA Nº 001/2021

DECLARAÇÃO DE ENQUADRAMENTO COMO MICROEMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE

(NOME DA EMPRESA) _____ CNPJ nº _____, (ENDEREÇO COMPLETO) _____, declara, sob as penas da lei, que está enquadrada como _____, nos termos dos incisos I e II do art. 3º da Lei Complementar nº 123 de 14 de dezembro de 2006, e não tem nenhum dos impedimentos do § 4º do mesmo artigo, ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

OBSERVAÇÃO: A falsidade desta declaração caracteriza o crime previsto no artigo 299 do Código Penal (crime de falsidade ideológica), sem prejuízo das sanções previstas neste Edital.

Cidade - UF, de de 2021.

Diretor ou Representante Legal – RG nº

ANEXO IX

CONCORRÊNCIA Nº. 001/2021

MODELO DE DECLARAÇÃO EXPRESSA, DE QUE O SÓCIO OU DIRETOR NÃO OCUPA CARGO OU FUNÇÃO DE CHEFIA, ASSESSORAMENTO OU FUNÇÃO DE CONFIANÇA, NO MUNICÍPIO DA CHÃ GRANDE

_____, CNPJ nº _____, sediado à _____, declara, sob as penas da lei, que nenhum dos seus proprietários /sócios / diretor / sócio-gerente ocupa cargo ou função de chefia, assessoramento ou função de confiança no Município da Chã Grande - PE.

Cidade – UF, _____ de _____ de 2021.

(Nome completo do declarante)

(Nº da Célula de Identidade)

(Assinatura do declarante)

ANEXO X

CARTA DE APRESENTAÇÃO DE DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO (MODELO)

Local e Data

À

Att.: COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Ref.: DOCUMENTOS PARA HABILITAÇÃO

Senhor Presidente da Comissão Permanente de Licitação,

Em cumprimento ao disposto no Edital da Concorrência nº 001/2021 – Processo Licitatório nº 016/2021, que tem como objeto a Contratação de Empresa de Marketing e Comunicação para Prestar Serviços de Publicidade para o Município de Chã Grande e respectivas Secretarias Municipais, incluindo: estratégia de comunicação social, criação publicitária, criação de campanhas de caráter educativo, informativo e de orientação social e utilidade pública; pesquisas e avaliações de matérias que guardem pertinência com serviços publicitários; produção e execução técnica de peças e projetos publicitários, acompanhamento de produção, elaboração de planos de mídia e distribuição de publicidade aos veículos, criação e produção de peças publicitárias de apoio a eventos educacionais, culturais e artísticos e/ou marketing promocional, criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária e publicação legal, de acordo com o Termo de Referência **(ANEXO I)** e Briefing **(ANEXO II)**, do Edital, encaminhamos para apreciação de V.Sas. os documentos abaixo discriminados:

(Descrever os documentos da habilitação do presente Edital).

Declaramos, sob as penalidades cabíveis que temos pleno conhecimento de todos os aspectos relativos a presente licitação e manifestamos nossa plena concordância com as condições constantes em seu Edital e respectivos anexos.

Atenciosamente,

Empresa (Identificação)

Assinatura do representante legal (Indicar nome e cargo)

(em papel timbrado da Licitante)

ANEXO XI

MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO Nº XXX/2021

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, QUE ENTRE SI FAZEM, DE UM LADO O **MUNICÍPIO DE CHÃ GRANDE, FUNDO MUNICIPAL DE SAÚDE, FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL E A SECRETARIA MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO, ESPORTES, CULTURA, TURISMO E JUVENTUDE DE CHÃ GRANDE**, A SEGUIR DENOMINADOS SIMPLEMENTE CONTRATANTE, E DO OUTRO LADO A EMPRESA _____, DORAVANTE DENOMINADA CONTRATADA.

Pelo presente instrumento público de contrato administrativo de prestação de serviços e na melhor forma do direito, como CONTRATANTE o **MUNICÍPIO DE CHÃ GRANDE**, pessoa jurídica de direito público interno, com sede e Foro da Comarca de Chã Grande, Estado de Pernambuco, localizada à Avenida São José, Nº 101 - Centro - Chã Grande-PE, inscrito no C.N.P.J./MF sob o nº **11.049.806/0001-90**, neste ato representado pelo Secretário de Educação, Esportes, Cultura, Turismo e Juventude, Sr. **Joel Gomes da Silva**, brasileira, casado, Servidor Público, nomeado por meio do Decreto Nº 036 de 01 de setembro de 2018, portador da Carteira de Identidade nº 5.322.402 SSP/PE, CPF nº 027.009.264-12, **EM CONJUNTO** com o Secretário de Governo, Sr. **Sérgio Fernandes de Carvalho**, brasileira, divorciado, comerciante, nomeado por meio do Decreto Nº 036 de 01 de setembro de 2018, portador da Carteira de Identidade nº 3.581.163 SSP/PE, CPF nº 649.468.864-00; o **FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL DE CHÃ GRANDE-PE**, com sede e foro em Pernambuco, localizado à Rua José Trajano Lopes, 54 – Augusto David – Chã Grande-PE, inscrito no C.N.P.J./MF sob o nº **13.671.776/0001-85**, neste ato representado pela sua Gestora e Secretária de Desenvolvimento Social, Sra. **Alexandra Maria Gomes da Fonseca Neto**, brasileira, Casada, Enfermeira, nomeada por meio da Portaria Nº 003/2017 datada em 02/01/2017, portadora da Carteira de Identidade nº 4.668.327 SDS/PE, CPF nº 988.031.664-91, residente a Avenida Vinte de Dezembro, 90 – Augusto David – Chã Grande - PE; o **FUNDO MUNICIPAL DE SAÚDE DE CHÃ GRANDE**, pessoa jurídica de direito público interno, inscrito no CNPJ sob o nº **08.625.167/0001-50**, situado à Avenida Vinte de Dezembro, 145 – Centro – Chã Grande - PE, neste ato representado pelo seu Gestor e Secretário da Saúde, Sr. **Jairo Amorim Paiva**, brasileira, Casado, Comerciante, nomeado por meio da Portaria Nº 285/2017 datada em 01/08/2017, portador da Carteira de Identidade Nº 1.826.812/SSP/PE, CPF nº 353.431.684-34, residente na Avenida São José, Nº 104 – Centro – Chã Grande – PE e a **SECRETARIA MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO, ESPORTES, CULTURA, TURISMO E JUVENTUDE DE CHÃ GRANDE**, pessoa jurídica de direito público interno, inscrita no CNPJ sob o nº **30.005.980/0001-86**, situado à Avenida Vinte de Dezembro, nº 100, Dom Helder Câmara, Chã Grande-PE, neste ato representado pelo Secretário de Educação, Esportes, Cultura, Turismo e Juventude, Sr. **Joel Gomes da Silva**, brasileira, casado, Servidor Público, nomeado por meio da Portaria Nº 007/2017 datada em 02/01/2017, portador da Carteira de Identidade nº 5.322.402 SSP/PE, CPF nº 027.009.264-12, residente na Rua José Joaquim de Miranda, 65 – 1º Andar - Centro – Chã Grande - PE, e como CONTRATADA a empresa _____, com sede a XXXXXXXXXXXXXXXX, nº XXX – Bairro – Cidade - UF, inscrita no CNPJ sob o nº XXXXXXXXXXXXXXXX, neste ato representado(a) pelo(a) Sr(a). _____, nacionalidade, estado civil, profissão, inscrito(a) no RG sob nº XXXXXXXX e no CPF nº XXXXXXXXXXXX, residente e domiciliada à XXXXXXXX, nº XXXX – Bairro – Cidade - UF, perante as testemunhas abaixo firmadas, pactuam o presente Contrato, cuja elaboração foi autorizada pelo **Processo Licitatório nº 016/2021**, regido pela Lei nº 8.666/93, de 21.06.93, alterada pelas Leis nº 8.883/94, de 08.06.94 e nº 9.648/98, de 27.05.98, atendidas as cláusulas e condições que se enunciam a seguir:

CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO E FUNDAMENTAÇÃO

O presente Contrato tem como objeto a Contratação de Empresa de Marketing e Comunicação para Prestar Serviços de Publicidade para o Município de Chã Grande e respectivas Secretarias Municipais, incluindo: estratégia de comunicação social, criação publicitária, criação de campanhas de caráter educativo, informativo e de orientação social e utilidade pública; pesquisas e avaliações de matérias que guardem pertinência com serviços publicitários; produção e execução técnica de peças e projetos publicitários, acompanhamento de produção, elaboração de planos de mídia e distribuição de publicidade aos veículos, criação e produção de peças publicitárias de apoio a eventos educacionais, culturais e artísticos e/ou marketing promocional, criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária e publicação legal.

Parágrafo Único – a prestação do serviço, objeto do presente contrato não cria quaisquer vínculos empregatícios da PREFEITURA com o contratado, descabendo, portanto, as imputações de obrigações de ordem trabalhista, previdenciária ou securitária.

Fundamenta-se o presente instrumento no Edital da **CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2021, Processo Licitatório Nº 016/2021** e nas disposições contidas na Lei Federal nº 8.666/93, alterada pelas Leis nº 8.883/94 e Lei nº 9.648/98, independentemente de suas transcrições.

CLÁUSULA SEGUNDA – DO PREÇO E CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

O valor global para a prestação do serviço do objeto deste contrato é de R\$ _____ (**Por Extenso**), para o período de 12 (doze) meses, a contar de ____ (____) de ____ 2021, e término em ____ de ____ de 2022, já inclusos todos os custos e encargos referentes a execução do objeto inclusive, transporte, administração, mão-de-obra de carrego e descarrego, encargos sociais e trabalhistas, impostos, licenças, taxas de qualquer natureza e outros quaisquer que, direta ou indiretamente, impliquem ou venham a implicar no fiel cumprimento deste instrumento, sendo estimados os seguintes valores: R\$ _____ (**Por Extenso**) destinados às Secretarias da Prefeitura Municipal, R\$ _____ (**Por Extenso**) destinados ao Fundo Municipal de Saúde e R\$ _____ (**Por Extenso**) destinados ao Fundo Municipal de Assistência Social.

Parágrafo Primeiro – O pagamento será feito, mensalmente, em até 30 (trinta) dias após a apresentação das faturas correspondentes aos serviços efetivamente executados e devidamente atestado pela Secretaria demandante. O contratado deverá apresentar provas de regularidade junto ao INSS e ao FGTS da última competência vencida.

Parágrafo Segundo – A contratada terá um prazo de 08 (oito) dias úteis contados a partir da assinatura do contrato, para apresentação da garantia contratual nos termos do art. 56, no valor de 5% (cinco por cento) do valor estimado pela administração, válida até 30 (trinta) dias após o término do prazo contratual.

CLÁUSULA TERCEIRA – DA REMUNERAÇÃO

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

Desconto de ____ % (Por Extenso) a serem cobrados da **CONTRATANTE**, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada.

Honorários de ____ % (Por Extenso) a serem cobrados da **CONTRATANTE**, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada.

A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda de Pernambuco e com os preços correspondentes a serem cobrados da CONTRATANTE, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele.

CLÁUSULA QUARTA – EXECUÇÃO DO SERVIÇO

O prazo de execução contratual será de **12 (doze) meses**, prestados nos moldes da Ordem de Serviço, emitida pela secretaria solicitante e Termo de Referência constante no Anexo I do edital Concorrência N° 001/2021.

Parágrafo Primeiro - A execução do contrato deverá ser efetuada com estrita observância do estabelecido no texto da Concorrência N° 001/2021 e seus respectivos anexos, obedecendo-se às exigências contidas em suas especificações, bem como estar de acordo com a legislação pertinente ao objeto ora contratado, sujeitando-se ainda, sem quaisquer restrições, ao cronograma e prazos pré-estabelecidos na referida Ordem de Serviços.

Parágrafo Segundo – A execução fica condicionada à prévia emissão e apresentação da Ordem do início do serviço pela CONTRATANTE à CONTRATADA.

Parágrafo Terceiro – Nos preços contratados encontram-se incluídas todas as despesas decorrentes de fretes, seguros, taxas, impostos e encargos sociais que incidam ou que venham a incidir direta ou indiretamente sobre o objeto ora contratado.

Parágrafo Quarto - Será designado o servidor **Jhonata Albuquerque dos Santos Cunha**, Diretor de Comunicação e Marketing, matrícula 347201, como **GESTOR DO CONTRATO**, e o servidor **José Max Lins**, Diretor de Turismo, matrícula 000493, como **FISCAL DO CONTRATO**, responsável pelo acompanhamento e fiscalização da prestação de serviços, anotando em registro próprio todas as ocorrências relacionadas à execução e determinação, tudo o que for necessário à regularização de falhas ou defeitos observados na execução do Contrato.

Parágrafo Quinto - A CONTRATADA ficará obrigada a refazer os serviços que vierem a ser recusados e, cujo recebimento não importará sua aceitação.

Parágrafo Sexto – O gestor e fiscal do contrato designado pela autoridade competente para proceder ao recebimento dos serviços ora licitados, o fará mediante verificação a fim de constatar se o(s) mesmo(s) está(ao) sendo prestado(s) conforme o licitado, não caracterizando-se neste ato a aceitação dos mesmos.

Parágrafo Sétimo – A contratada se sujeitará ao que preconiza a lei n° 8.666/93 bem como às demais cláusulas contratuais.

Parágrafo Oitavo - Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao contratante para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível.

- i. Pertencem ao contratante as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

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

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

Parágrafo Décimo - As agências contratadas deverão, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.

CLÁUSULA QUINTA – DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

Os recursos necessários à execução deste Contrato serão oriundos da seguinte dotação:

Órgão: 2000 – Gabinete do Prefeito

Unidade: 2001 – Gabinete do Prefeito
Atividade: 04.131.409.218 – Divulgação Institucional, Impressos e Publicações Diversas
Elemento de Despesa: 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros Pessoa Jurídica.

Órgão: 4000 – Secretaria de Administração
Unidade: 4001 – Secretaria de Administração
Atividade: 04.122.402.2104 – Manutenção da Secretaria Administração
Elemento de Despesa: 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros Pessoa Jurídica.

Órgão: 4000 – Secretaria de Administração
Unidade: 4001 – Secretaria de Administração
Atividade: 04.122.407.2107 – Manutenção da Guarda Municipal
Elemento de Despesa: 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros Pessoa Jurídica.

Órgão: 5000 – Secretaria de Educação, Esportes, Cultura, Turismo e Juventude
Unidade: 5001 – Secretaria de Educação, Esportes, Cultura, Turismo e Juventude
Atividade: 12.361.1204.2.42 – Divulgação de Ações da Secretaria de Educação
Atividade: 12.361.1217.2.49 – Manutenção e Desenvolvimento do Ensino com Recursos do Salário Educação
Atividade: 13.392.1302.2.66 – Promoção de Ações Culturais
Atividade: 13.392.1302.2.67 – Ações de Apoio a Cultura
Atividade: 23.695.2301.2.63 – Manutenção das Ações Voltadas para a Promoção e Desenvolvimento Turístico
Atividade: 27.812.2701.2.68 – Manutenção das Atividades Vinculadas ao Esporte e Lazer no Município
Elemento de Despesa: 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros Pessoa Jurídica.

Órgão: 5000 – Secretaria de Educação, Esportes, Cultura, Turismo e Juventude
Unidade: 5002 – FUNDEB
Atividade: 12.361.1202.2.71 – Manutenção das Atividades – Meio da Educação Básco
Atividade: 12.361.1204.2.75 – Manutenção e Desenvolvimento do Fundeb 40% (Ensino Fundamental)
Elemento de Despesa: 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros Pessoa Jurídica.

Órgão: 6000 – Secretaria de Infraestrutura
Unidade: 6001 – Secretaria de Infraestrutura
Atividade: 15.122.1501.2.853 – Manutenção da Secretaria de Infraestrutura
Elemento de Despesa: 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros Pessoa Jurídica.
Órgão: 11000 – Secretaria de Finanças
Unidade: 11001 – Secretaria de Finanças
Atividade: 04.122.412.2.30 – Manutenção dos Serviços de Tributação
Elemento de Despesa: 3.3.90.39 – Outros Serviços de Terceiros Pessoa Jurídica.

Órgão: 7000 – Secretaria de Assistência Social
Unidade: 7002 – Fundo Municipal de Assistência Social
Atividade: 08.122.801.2.157 – Manutenção das Atividades do FMAS
Atividade: 08.241.802.2.158 – Serviços de Convivência e Fortalecimento de Vínculos para Idosos
Atividade: 08.244.802.2.164 – Manutenção das Ações Vinculadas ao Programa de Atenção Integral à Família – PAIF/CRAS
Atividade: 08.244.824.2.178 – Manutenção das Ações de Assistência Integral à Mulher
Atividade: 08.244.831.2.858 – Índice de Gestão Descentralizada – IGDBF
Atividade: 08.244.2702.2.860 – Piso Fixo de Média Complexidade - PAEFI
Elemento de Despesa: 3.3.90.39 – Outros Serviços de Terceiros Pessoa Jurídica.

Órgão: 7000 – Secretaria de Assistência Social
Unidade: 7003 – FUNDECA
Atividade: 08.122.822.2.181 – Manutenção das Atividades do Fundeca
Atividade: 08.243.817.2.184 – Apoio ao Conselho Tutelar
Atividade: 08.243.821.2.188 – Centro da Juventude
Elemento de Despesa: 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros Pessoa Jurídica.

Órgão: 8000 – Secretaria de Saúde

Unidade: 8001 – Secretaria de Saúde

Atividade: 10.122.1001.2.201 – Manutenção da Secretaria de Saúde

Elemento de Despesa: 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros Pessoa Jurídica.

Órgão: 8000 – Secretaria de Saúde

Unidade: 8002 – Fundo Municipal de Saúde

Atividade: 10.122.1001.2.129 – Manutenção das Atividades do FMS

Atividade: 10.122.1003.2.131 – Manutenção das Atividades do Conselho Municipal de Saúde

Atividade: 10.301.1005.2.851 – Manutenção das Ações de Atenção Básica à Saúde

Atividade: 10.302.1014.2.852 – Manutenção das Ações de Assistência de Média e Alta Complexidade Hospitalar e Ambulatorial

Atividade: 10.304.1018.2.151 – Manutenção das Ações de Vigilância Sanitária

Atividade: 10.305.1019.2.152 – Manutenção das Ações de Vigilância e Promoção da Saúde

Elemento de Despesa: 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros Pessoa Jurídica.

CLÁUSULA SEXTA – DA RESCISÃO

Constitui motivo para rescisão do presente Contrato, assegurado o contraditório e a ampla defesa, a ocorrência de qualquer das hipóteses prevista nos Art. 77 e 78, da Lei Federal nº 8.666/93 e Alterações, desde que cabíveis à presente contratação, resguardadas as prerrogativas conferidas por esta Lei Federal à PME, consoante o que estabelece o Art. 58, bem como nas formas e condições previstas no Art. 79 da mesma Lei.

CLÁUSULA SÉTIMA – DA RESPONSABILIDADE DA CONTRATADA

A **CONTRATADA** obrigará-se-á:

- a) Executar os serviços de acordo com as orientações da Prefeitura;
- b) Responder Civil e criminalmente pela qualidade e execução dos serviços que executar por si ou seus prepostos.
- c) Contratar pessoal e profissional técnicos, bem como arcar com os encargos trabalhistas, tributários e previdenciários e demais despesas decorrentes da prestação dos serviços.
- d) Executar os serviços atendendo às necessidades e determinações da Prefeitura, constantes deste edital e seus anexos, utilizando pessoal devidamente qualificado.
- e) Observar toda a legislação e normas técnicas aplicáveis ao serviço.
- f) Utilizar os documentos e informações disponibilizadas pelo município exclusivamente para a realização dos serviços objeto deste processo licitatório, guardando sigilo quanto aos mesmos.
- g) Caso haja necessidade de alterar os prazos previstos na execução dos serviços, por culpa não imputável à contratante de que resulte a paralisação dos serviços ou a necessidade de serviços adicionais pela contratada, os custos correspondentes serão devidos à contratada.
- h) Responsabilizar-se pelos ônus resultantes de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos, ocorridos por culpa sua ou de qualquer de seus empregados e prepostos, obrigando-se, outrossim por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais movidas por terceiros, que lhe venham a ser exigidas por força de Lei, ligadas ao cumprimento do presente Edital e do Contrato que vier a ser assinado.
- i) Em nenhuma hipótese veicular publicidade ou qualquer outra informação acerca das atividades objeto desta Concorrência, sem prévia autorização da Administração da Prefeitura da Chã Grande.
- j) Manter, durante a vigência do contrato, as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação; e

k) Prestar esclarecimentos à Administração sobre eventuais atos ou fatos noticiados que a envolvam, independentemente de solicitação.

CLÁUSULA OITAVA – DA RESPONSABILIDADE DA CONTRATANTE

Caberá a administração:

- a) Prestar toda e qualquer informação necessária e pertinente à execução do serviço;
- b) Fiscalizar e acompanhar a execução do serviço, e,
- c) Efetuar os pagamentos nas condições pactuadas.

CLÁUSULA NONA – DAS PENALIDADES

Parágrafo Primeiro - Pela inexecução total ou parcial do objeto do presente Instrumento contratual, a PME poderá, sem prejuízo do disposto nos Art. 86, 87 e 88 da Lei 8.666/93, garantida a prévia defesa, aplicar ao contratado as seguintes sanções, após regular processo administrativo:

- a) Por atraso injustificado:
 - I. multa de 0,3% ao dia até o trigésimo dia, incidente sobre o valor da nota de empenho ou documento equivalente;
 - II. multa de 0,6% ao dia, a partir do 31º dia de atraso, incidente sobre o valor da nota de empenho ou documento equivalente, sem prejuízo da rescisão do contrato a partir do 60º dia de atraso;
- b) Por infração a cláusula contratual que não gere inexecução do contrato:
 - I. multa de 5% sobre o valor da nota de empenho ou documento equivalente.
- c) Por inexecução total do contrato:
 - I. advertência;
 - II. multa de 20% sobre o valor total do contrato;
 - III. suspensão temporária de participar em licitação e impedimento de contratar com a Administração por prazo não superior a 02 (dois) anos;
 - IV. declaração de inidoneidade para licitar e contratar com a Administração enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição, ou até que seja promovida a reabilitação da empresa desde que ressarcidos os prejuízos sofridos pela Administração e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base na alínea anterior.

Parágrafo Segundo – Multa de 20% (vinte por cento) por recusa injustificada em receber ou retirar a nota de empenho ou documento equivalente, dentro do prazo de 05 (cinco) dias, contados da notificação.

Parágrafo Terceiro – O prazo para apresentação de defesa encontra-se indicado no art. 87, §§1º e 2º da Lei nº. 8.666/93.

Parágrafo Quarto – A cobrança de multa será feita mediante desconto na fatura ou, não sendo possível, o valor será obtido judicialmente.

Parágrafo Quinto – As multas de que trata esta Cláusula serão entendidas como independentes e cumulativas.

Parágrafo Sexto – Na hipótese de rescisão por qualquer dos motivos previstos no art. 78 da Lei 8.666/93 e suas alterações, desde que cabíveis à presente contratação, será aplicada multa de 10% (dez por cento) do valor total do contrato.

Parágrafo Sétimo – Na aplicação de qualquer penalidade à CONTRATADA, será assegurado o direito a ampla defesa, devendo qualquer contestação sobre a aplicação de sanções ser feita por escrito, na forma do Art. 109 da Lei 8.666/93.

CLÁUSULA DÉCIMA – DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Fica eleito o Foro desta Cidade da Chã Grande – PE, para dirimir quaisquer dúvidas ou questões que possam surgir, com renúncia a quaisquer outros por mais privilegiado que seja.

E, por estarem justos e acordados assinam o presente instrumento em 03 (três) vias de igual teor e forma para um só efeito legal, juntamente com as Testemunhas abaixo.

Chã Grande - PE, _____ de _____ de 2021.

Joel Gomes da Silva
CPF/MF Nº 027.009.264-12
Ordenador de Despesa
Secretário de Educação, Esportes, Cultura,
Turismo e Juventude

Sérgio Fernandes de Carvalho
CPF/MF Nº 649.468.864-00
Ordenador de Despesa
Secretário de Governo

Alexandra Maria Gomes da Fonseca Neto
CPF/MF Nº 988.031.664-91
Secretária Municipal de Assistência Social
Órgão Participante

Jairo Amorim Paiva
CPF/MF Nº 353.431.684-34
Secretário Municipal de Saúde
Órgão Participante

CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

NOME:
CPF:

NOME:
CPF: