

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 014271/2024
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 133/PMI-SECOM/2024
CONCORRÊNCIA Nº 006/PMI-SECOM/2024

Tipo de Licitação: TÉCNICA E PREÇO

Regime de Execução: Empreitada por preço unitário

Data: 30/10/2024

Horário de abertura da sessão: 10h00 min (horário de PE)

Local: Sala de Reunião da Comissão Permanente de Licitação da Prefeitura Municipal do Ipojuca, situada no prédio-sede, Rua Coronel João Souza Leão, 400, Centro, Ipojuca, PE, CEP 55590-000.

A Prefeitura Municipal do Ipojuca, através da Secretaria Especial de Comunicação e, ainda por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, designada por meio da Portaria GAPRE nº 8867 de 2 de janeiro de 2024, torna público que na data, horário e local acima indicado fará realizar reunião para recebimento dos envelopes contendo a proposta técnica, propostas de preços e documentação de habilitação para a execução do objeto abaixo descrito, da presente Concorrência, que se regerá pela Lei Federal nº 14.133, de 1 de abril de 2021, Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680/65, Lei Federal nº 10.406 de 10 de janeiro de 2002 – Código Civil, Lei Complementar nº 123/2006 e alterações, por este Edital e seus Anexos, tendo como critério de julgamento o de **Técnica e Preço**, execução indireta sob regime de empreitada por preço global.

1. OBJETO

1.1 Constitui objeto da presente Concorrência, a contratação de serviços de publicidade e propaganda, planejamento de comunicação e marketing a serem prestados por agência de publicidade e propaganda, para atender demandas da Prefeitura Municipal do Ipojuca de acordo com Projeto Básico e Briefing, através da Secretaria Especial de Comunicação.

LOTE	DISCRIMINAÇÃO DOS SERVIÇOS	VALOR (R\$)
LOTE 1	PUBLICIDADE INSTITUCIONAL E DIVULGAÇÃO DAS AÇÕES DESENVOLVIDAS PELA ADMINISTRAÇÃO DIRETA E INDIRETA DO MUNICÍPIO.	R\$ 9.000.000,00 (nove milhões de reais)

1.2 Os serviços devem observar o caráter educativo, informativo e de orientação social, de acordo com o Briefing — anexo;

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

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

2. DA SECRETARIA SOLICITANTE

Secretaria Especial de Comunicação.

3. DOCUMENTAÇÃO A SER FORNECIDA AOS LICITANTES

3.1 Serão fornecidos aos interessados, **gratuitamente**, através da apresentação de qualquer dispositivo de arquivo magnético, os seguintes documentos:

- a) Edital completo;

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

- b) Termo de Referência e Estudo Técnico Preliminar;
- c) Minuta de contrato e demais anexos;
- d) O envelope padronizado deverá ser retirado pela interessada de segunda a sexta-feira, no horário de 08h00min às 14h00min, na sede da Comissão Permanente de Licitação situada à Rua Cel. João Souza Leão, S/Nº, 1º Andar, Centro, Ipojuca – PE;

4. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

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

4.1.1 Comunicação e Publicidade Institucional da Prefeitura Municipal do Ipojuca – Elemento de Despesa 3.3.90.39 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica.

5. DA IMPUGNAÇÃO OU ESCLARECIMENTO SOBRE O ATO CONVOCATÓRIO

5.1 Os interessados que desejarem quaisquer esclarecimentos, providências ou impugnação do texto editalício deverão fazê-lo por escrito, até o 3º dia útil anterior à data prevista para a entrega dos envelopes, no horário das 08h00min às 14h00min, na CPL.

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

5.3 Qualquer impugnação ao texto editalício deverá ser encaminhado, por escrito, ao Agente de Contratação/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, no horário das 08h00min às 14h00min.

6. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

6.1 Poderão participar da licitação, empresas brasileiras ou empresas estrangeiras em funcionamento no Brasil, pertencentes ao ramo do objeto licitado;

6.2 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:**

6.2.1 Empresas controladoras, coligadas ou subsidiárias entre si;

6.2.2 Empresa declarada inidônea por órgão ou entidade da administração pública direta ou indireta, federal, estadual, municipal ou do Distrito Federal;

6.2.3 Empresas temporariamente suspensas de licitar e impedidas de contratar com o Município do Ipojuca;

6.2.4 Empresa em processo de falência, concordata;

6.2.5 Empresas das quais participe, seja a que título for servidor público Municipal do Ipojuca (Anexo IX).

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

6.4 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.

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

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

7. DO CREDENCIAMENTO

7.1 Do credenciamento:

7.1.1 O credenciamento far-se-á por procuração através de instrumento público ou particular, em original ou cópia autenticada, no caso de instrumento particular, juntamente com documento que legitime o autor (outorgante) da procuração a outorgar os poderes nela explicitados.

7.1.1.1 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.

7.1.1.2 A empresa que não credenciar representante no início da sessão, não mais poderá fazê-lo, e permanecerá sem representação.

7.1.2 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.

7.1.3 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;

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

7.2.1 Conforme determinação das Cortes de Contas será verificada nos sítios pertinentes, a regularidade de situação da(s) empresa(s) participante(s) deste certame licitatório, através do sítio www.tcu.gov.br, de acordo com a **Consulta Consolidada de Pessoa Jurídica**.

7.2.2 Ainda após o credenciamento, será verificado junto ao módulo de pessoal das unidades jurisdicionadas do Município do Ipojuca se existe vínculo empregatício entre os sócios das empresas participantes do certame e qualquer dos órgãos que compõem a Prefeitura do Ipojuca.

7.3 A empresa interessada em gozar do privilégio da LC nº 123/2006 deverá apresentar o Anexo VIII no credenciamento.

7.4 Os documentos de credenciamento juntamente com o Termo de Opção pelo Tratamento Diferenciado (Anexo VI), e, a Declaração de Inexistência de Vínculo Empregatício (Anexo IX), serão juntados ao presente Processo Administrativo.

8. DA DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO

8.1 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 publicação na imprensa oficial, ou ainda, serem autenticadas por membro da CPL. As cópias reprográficas dos documentos poderão ser autenticadas pela Comissão Permanente de Licitação, até o último dia útil anterior à data marcada para o recebimento e abertura dos envelopes de documentação, de segunda a sexta-feira no horário de 08h00min às 14h00min. **A Comissão Permanente de Licitação autenticará documentos no dia da sessão.** As cópias reprográficas ficarão retidas no processo. **A documentação de habilitação a ser apresentada deverá ter a validade do dia da primeira sessão, onde serão recebidos os envelopes de Proposta Técnica e Proposta de Preços.**

8.1.1 Habilitação Jurídica

8.1.1.1 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;

8.1.1.2 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, 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 Assem-

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

bleia Geral da reunião do Conselho de Administração que elegeu seus administradores, devendo ser apresentada comprovação da publicação pela imprensa da ata arquivada;

8.1.1.3 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;

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

8.1.2 Regularidade Fiscal e Trabalhista

8.1.2.1 Prova de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) do Ministério da Fazenda.

8.1.2.2 Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Estadual ou Municipal, relativo ao domicílio (filial) ou sede (matriz) do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto deste Edital.

8.1.2.3 Prova de regularidade para com a Fazenda Federal, que deverá ser comprovada através da apresentação de Certidão expedida pela Secretaria da Receita Federal, referente ao domicílio (filial) ou sede (matriz) do licitante, não havendo necessidade de apresentação de Certidão emitida pela Procuradoria da Fazenda Nacional, além da Certidão Negativa de Débitos perante o INSS, por se tratar de emissão em conjunto.

8.1.2.4 Prova de regularidade para com a Fazenda Estadual que deverá ser comprovada através da apresentação da Certidão Negativa expedida pela Secretaria da Fazenda do Estado em que estiver situado o domicílio (filial) ou sede (matriz) do licitante.

8.1.2.5 Prova de regularidade para com a Fazenda Municipal que deverá ser comprovada através da apresentação da Certidão Negativa expedida pela Secretaria da Fazenda ou Finanças do Município em que estiver situado o domicílio (filial) ou sede (matriz) do licitante.

8.1.2.6 Prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS, através do Certificado de Regularidade do FGTS – CRF emitido pela Caixa Econômica Federal.

8.1.2.7 Prova de Regularidade relativa aos débitos trabalhistas, através da Certidão Negativa de Débitos Trabalhista – CNDT, emitida pela Justiça do Trabalho.

8.1.2.8 As provas de regularidade deverão ser apresentadas através de Certidão Negativa ou Certidão Positiva com efeitos de Negativa.

8.1.2.9 Considera-se Positiva com efeitos de Negativa a Certidão em que conste a existência de créditos não vencidos; em curso de cobrança executiva em que tenha sido efetivada a penhora; ou cuja exigibilidade esteja suspensa por moratória, ou depósito de seu montante integral, ou reclamações e recursos, nos termos das leis reguladoras do processo tributário administrativo ou concessão de medida liminar em mandado de segurança.

8.1.3 Da Qualificação Econômico-Financeira, os licitantes deverão apresentar:

8.1.3.1 Balanço patrimonial e demonstrações contábeis dos últimos 02 (dois) anos (2022/2023), já exigíveis e apresentados na forma da Lei, de acordo com o arts. 1065, 1078, 1184 e 1186 da Lei nº 10406 de 10.01.2002 – Código Civil, registrado no órgão competente, juntamente com seus **termos de abertura e encerramento**, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, para aqueles que já completaram o seu primeiro exercício social, podendo ser atualizado por índices oficiais, quando encerrados há mais de 03 (três) meses da data de apresentação da proposta, e as empresas constituídas durante o ano corrente deverão, obrigatoriamente, apresentar o balanço inicial ou de abertura;

- a) As microempresas, as empresas de pequeno porte e as empresas que trabalham sob regime de lucro presumido deverão também apresentar, obrigatoriamente, o Balanço Patrimonial na forma aqui exigida, não podendo o mesmo ser substituído por nenhum outro documento. Nas licitações para o fornecimento de bens para pronta entrega ou para a locação de materiais, não será exigido da microempresa ou da empresa de pequeno porte que gozar do privilégio da Lei Complementar 123/2006 e alterações, a apresentação de balanço patrimonial do último exercício fiscal, na habilitação, de acordo com o art. 3º, Decreto Federal nº 8.538 de 06.10.2015.

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

- b) Apresentar os seguintes índices contábeis, extraídos do último Balanço Patrimonial, atestando a boa situação financeira da empresa:

LG = Liquidez Geral – igual ou superior a 1;

SG = Solvência Geral – igual ou superior a 1;

LC = Liquidez Corrente – igual ou superior a 1;

Sendo,

$$LG = (AC + RLP) / (PC + ELP)$$

$$SG = AT / (PC + ELP)$$

$$LC = AC / PC$$

Onde:

AC = Ativo Circulante

AT = Ativo Total

ELP = Exigível a Longo Prazo

PC = Passivo Circulante

RLP = Realizável a Longo Prazo

- c) Os índices de liquidez exigidos acima mostram a capacidade de solvência da empresa e relacionam os bens e direitos com as obrigações da licitante; e
- d) Os índices acima descritos poderão ser demonstrados, em folha própria, fazendo-se constar os dados do balanço que lhes deram origem;
- e) Os licitantes que estiverem em seus balanços com índices inferiores a 1 (um), deverão comprovar um Capital Social ou Patrimônio Líquido de 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação. A comprovação deverá ser feita relativamente à data da apresentação da proposta, admitida a atualização para esta data por meio de índices oficiais.

8.1.3.2 Certidão negativa de falência ou concordata ou recuperação judicial ou recuperação extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede do licitante, com data de vencimento não superior a 60 (sessenta) dias contados da data limite para recebimento das propostas, se outro prazo não constar do documento;

- a) A licitante cuja certidão for POSITIVA e obtiver a recuperação pela via judicial, deverá juntar a Certidão Narrativa com a decisão emitida pelo órgão do judiciário que a concedeu.

8.1.3.3 Certidão negativa de falência ou concordata ou recuperação judicial ou recuperação extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede do licitante em **processo judicial eletrônico**, com data não superior a 60 (sessenta) dias contados da data limite para recebimento das propostas, se outro prazo não constar do documento, na comarca onde existir (1º e 2º Grau).

- a) Quando no texto da certidão a que se refere o subitem 8.1.3.2 **excluir** os processos do PJE, será obrigatória a apresentação do documento do subitem 8.1.3.3.
- b) A licitante cuja certidão for POSITIVA e obtiver a recuperação pela via judicial, deverá juntar a Certidão Narrativa com a decisão emitida pelo órgão do judiciário que a concedeu.

8.1.4 Relativamente à qualificação técnica:

8.1.4.1 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:

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

8.1.4.2 Relação do aparelhamento técnico disponível 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;

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

a) Os profissionais acima 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 pela PREFEITURA MUNICIPAL DO IPOJUCA.

b) A qualificação técnica dos profissionais acima citados 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 e tempo de experiência em sua área de atuação.

8.1.4.4 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; e

8.1.4.5 A empresa participante deverá apresentar o Certificado de qualificação técnica de funcionamento do proponente no Conselho Executivo das Normas-Padrão- CENP, conforme § 1º, artigo 4º, da Lei 12.232/2010, bem como a apresentação do registro no SINAPRO (Sindicato Nacional das Agências de Propaganda), ou ABAP-PE (Associação Brasileira das Agências de Publicidade), dentro de seu prazo de validade.

8.1.5 **Da Documentação Complementar**, que consistirá em:

8.1.5.1 Declaração do Cumprimento do disposto no Inciso XXXIII do Art. 7º, da Constituição Federal, conforme modelo fornecido **(ANEXO V)** deste Edital.

8.1.5.2 Declaração de Inexistência de Fato Superveniente (modelo anexo VII).

8.2 Os documentos necessários à habilitação poderão ser apresentados em original, por qualquer processo de cópia que será autenticada por membro da Comissão Permanente de Licitação da PREFEITURA MUNICIPAL DO IPOJUCA, 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;

8.3 Os documentos que não tiverem prazo de validade estabelecido pelo órgão expedidor, somente serão válidos desde que tenham sido expedidos, no máximo, dentro dos 60 (sessenta) dias anteriores à data fixada para o recebimento dos envelopes de Habilitação, Proposta Técnica e de Proposta de Preços, ressalvado o disposto nos subitens **8.1.1, 8.1.2.1, 8.1.2.2, 8.1.3.1 e 8.1.4.1** deste Edital;

8.4 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;

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

8.6 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.

8.7 Será inabilitado o licitante que deixar de apresentar quaisquer documentos exigidos ou apresentá-los em desacordo com o que foi exigido.

8.8 Para o julgamento de habilitação serão observadas, também, as regras da LC nº 123/2006 para as MEI/ME/EPP.

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

9. DA PROPOSTA TÉCNICA (ENVELOPES Nº 01, 02 e 03)

9.1 A Proposta Técnica deverá ser acondicionada em três envelopes distintos:

9.1.1 A proposta técnica será composta de um Plano de Comunicação Publicitário e de informações técnicas da licitante relativas à sua capacidade de atendimento, peças produzidas e caso de comunicação, conforme estrutura definida a seguir, no item 9.1.3 deste Edital.

9.1.2 O plano de comunicação publicitário previsto no art. 6º, inciso III, da Lei nº 12.232/10 será apresentado em 02 (duas) vias, uma sem a identificação de sua autoria e outra com a identificação, acondicionadas em invólucros distintos, conforme detalhado no termo de referência anexo a este edital.

9.1.3 As licitantes deverão apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir, cujos conteúdos serão alocados em envelopes distintos, conforme poderá ser observado no quadro abaixo:

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

9.1.4 A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

9.1.5 Para atender os parâmetros estabelecidos na Lei Federal 12.232/2010 que regula este tipo de licitação, os conteúdos do “Plano de Comunicação Publicitária” serão apresentados em dois envelopes distintos, envelope nº 1 não identificado e envelope nº 2 identificado.

9.1.6 Mesmo compondo parte da nota da Proposta técnica, os itens II, III e IV, conforme recomenda legislação em vigor, serão apresentados em envelope distintos dos que abrigam o “Plano de Comunicação Publicitária”, sendo avaliados pela Subcomissão Técnica em separado do Plano de Comunicação Publicitária.

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

9.1.8 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, nem em todo o seu conteúdo, para preservar – até a abertura do **ENVELOPE Nº 02** – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária.

9.1.9 A Comissão Permanente de Licitação só aceitará o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no **ENVELOPE Nº 01** fornecido obrigatoriamente pela PREFEITURA, a pedido do **LICITANTE** interessado na presente Licitação, observado o disposto no subitem **9.1.7** deste Edital.

- a) O envelope padronizado deverá ser retirado pela interessada de segunda a sexta-feira, no horário de 08h00min às 14h00min, até o dia anterior a data marcada para a sessão de abertura, na sede da Comissão Permanente de Licitação situada à Rua Cel. João Souza Leão, S/Nº, 1º Andar, Centro, Ipojuca – PE.
- b) Para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o ENVELOPE nº 1 não poderá:
 - I. Ter nenhum tipo de identificação;
 - II. Apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante.
 - III. Estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

9.1.10 A Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária deverá ser apresentada sem qualquer tipo de encadernação, não grampeado, somente com folhas soltas dentro do envelope, tendo como princípio obedecer de forma estrita às recomendações constantes na Lei 12.232/2010 que determina, em seu art. 6º, a restrição de identificação dos licitantes no processo de avaliação por parte da Subcomissão Técnica. Isto posto, determina-se a apresentação deste volume estritamente dentro das normativas técnicas a seguir especificadas:

- a) Não deverão ser usadas sobrecapas em plástico, acetato ou qualquer outro material, ou qualquer outro tipo de encadernação;
- b) Conteúdo impresso em papel A4, tipo offset ou equivalente, branco, com 75 gr/m², orientação retrato;
- c) Espaçamento de 2 cm nas margens direita, esquerda, superior, inferior, a partir da borda;
- d) Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos (não é permitido *indentar* os parágrafos);
- e) Espaçamento “simples” entre as linhas e entre parágrafos;
- f) Alinhamento justificado do texto;
- g) Texto e numeração de páginas em fonte “arial”, cor “automático”, tamanho “12 pontos”, sem prejuízos das exceções dispostas nos subitens 9.1.11, 9.1.12 e 9.1.13;
- h) Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da folha;
- i) Sem identificação da licitante;
- j) Não serão permitidas notas de rodapé no corpo do texto a nenhum título, exceto como adjuvante dos gráficos e tabelas, nos itens em que estes gráficos e tabelas forem expressamente permitidos.

9.1.11 As especificações do subitem 9.1.9 não se aplicam às peças e material de que trata as alíneas do subitem 9.1.13 deste edital.

9.1.12 Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráfico e ou tabela, observadas as seguintes regras:

- a) Os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;
- b) Para os dados e informações dos quadros e ou tabelas recomenda-se edição na fonte “arial”, obrigatoriamente, em estilo “normal”, cor “automático”, tamanho “10 pontos”;
- c) Apenas as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e ou tabelas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 9.1.11 o papel A3 será computado duas folhas de papel A4, respeitadas as margens previstas nas laterais das páginas.

9.1.13 Os gráficos, tabelas e planilhas, integrantes do subquestos Estratégia de Mídia e Não Mídia, poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores.

- a) Apenas as páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado.

9.1.14 Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno do Plano de Comunicação Publicitária, apesar de integrarem o mesmo envelope.

- a) Esses exemplos devem se adequar às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para as demais exigências deste termo de referência, em particular as que destacam a necessidade de não identificação das licitantes antes dos envelopes de cotejamento.
- b) Não é permitido que as peças sejam coladas em pranchas ou similares que possam determinar a identidade da licitante, nem o uso de *pass-partout* ou *assemelhados*.

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

- c) Quando impressas, as peças devem usar o padrão de gramatura de papel proposto (75 gr/m²), além de respeitar a sugestão de exposição em folha que, quando dobrada e fechada, mantenha o formato A4 de forma a permitir sua inserção e manuseio no invólucro padrão sem maiores transtornos à comissão técnica.

9.1.15 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da Ideia Criativa estão limitados, **no conjunto, a 10 páginas.**

9.1.16 Os textos e anexos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.

- a) Para fins desta concorrência, consideram-se como “Não Mídia” os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagens publicitária.

9.1.17 Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar as etapas do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquesitos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia. Não há necessidade de lançar nessas páginas os subitens deste termo de referência a que correspondem o quesito nem os textos expressos nesses subitens.

- a) Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 9.1.9;
- b) Essas páginas, por não conterem conteúdo avaliatório, não contam no cômputo de páginas explicitado no subitem 9.1.14 deste Edital, não devendo ser numeradas quando utilizadas.

9.1.17.1 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, deverá ser elaborado com base no Briefing anexo a este edital, observadas as seguintes disposições e os elementos particulares.

9.1.17.2 **Raciocínio Básico**: composto de um texto, em que o licitante demonstrará sua compreensão sobre as ações de comunicação publicitária a cargo da PREFEITURA MUNICIPAL DO IPOJUCA e o contexto de atuação e sua população (dados sociodemográficos) no estado e região. O texto deverá contemplar:

- a) Diagnóstico e interpretação dos desafios e problemas de comunicação do briefing introduzindo o trabalho da candidata;
- b) Considerações de público-alvo da PREFEITURA MUNICIPAL DO IPOJUCA e da(s) campanha(s) em específico tratada no briefing;
- c) Premissas básicas para o desenvolvimento da estratégia de comunicação que será desenvolvida pela agência candidata nos itens que virão a seguir deste.

9.1.17.3 **Estratégia de Comunicação Publicitária**: Derivada diretamente das considerações já apresentadas no item anterior, se constitui de apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir os desafios e problemas-gerais e específicos de comunicação a serem enfrentados e alcançar os objetivos previstos no Briefing, compreendendo.

- a) Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária, partindo do tema-chave proposto no briefing, descartando soluções eventualmente consideradas inicialmente na estratégia da licitante;
- I. A tradução do partido temático desenvolvida pela licitante, bem como seus desdobramentos e descarte de opções devem ser claramente expressos no texto;
- b) Explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, no que destacamos:
- I. Definições sobre o comportamento do público da campanha, formulando hipóteses e diagnósticos;
- II. Definições sobre o conteúdo que deve estar inserido na campanha, em particular sobre o conteúdo e forma de abordar o público definido, norteados os itens que serão corporificadas nas peças da relação presente na ideia criativa;
- III. Desdobramentos posteriores da campanha, determinando como esta abordagem gerará longevidade a campanha; Definições temporais sobre o período correto de realizar a campanha, diante das diretrizes presentes;

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

IV. Definições relativas ao modo de realizar a estratégia de campanha, em particulares diretrizes gerais sobre os suportes midiáticos, instrumentos ou ferramentas que serão utilizados e razões que suportam essas diretrizes.

9.1.17.4 **Ideia Criativa:** apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

- a) Apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no Termo de Referência, com comentários sobre a construção criativa de cada peça e/ou material, podendo ser em texto corrido ou tópicos, a critério dos licitantes;
- b) Da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária. As peças exemplificadas devem estar indicadas de forma clara no texto descrito na alínea anterior;
- c) Os comentários mencionados neste Termo de Referência estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material e a sua detalhada especificação no caso das peças não corporificadas que eventualmente irão compor a campanha;
- d) Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea “b” do subitem 9.1.17.4 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material, podendo ser apresentados sob qualquer forma impressa – desde roteiro, layout e ou *storyboard* impressos, para qualquer meio; descritivos e gráficos impressos para protótipo; detalhamento impresso de roteiros para realização de peças destinadas a rádio e internet:
 - I. Todos os exemplos devem ser apresentados exclusivamente em substrato papel, conforme demais normativas do certame.
 - II. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado na forma “exemplificada”, a relação prevista deverá ser elaborada em duas etapas (de texto ou de tópicos, conforme escolha da licitante): um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante que não será exemplificado.
 - III. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, sem suporte e/ou *passe-partout*. Peças que não se ajustem às dimensões do envelope nº 1 podem ser dobradas;
 - IV. Cada peça e ou material impresso deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, roteiro de filme TV, roteiro de spot para rádio, anúncio em revista, frames de banner para internet, etc.) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista neste edital.
- e) Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas “exemplificadas”, devem ser observadas as seguintes regras:
 - I. As reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
 - II. Cada peça apresentada como parte de um *kit* será computada no referido limite;
 - III. Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, envelopamento de veículos, adesivagem de *fingers* – entre outros), apenas será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única.
 - IV. Um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados uma peça.
 - V. Um filme e o *hotsite* em que se encontra hospedado serão considerados duas peças.
 - VI. Um banner e o *hotsite* para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças.
 - VII. Um *hotsite* cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao *hotsite*, será considerado apenas uma peça.

9.1.17.5 **Estratégia de Mídia e Não Mídia** - constituída de:

- a) Texto de apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada nos Briefing anexo a este edital, sob a forma de textos, métricas, tabelas, gráficos e planilhas;

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

- b) Texto diagnóstico sobre os públicos da campanha contemplados, seu consumo de mídia e perfis embasados em pesquisas e dados fiáveis, servindo de apoio aos argumentos oferecidos, o que inclui gráficos e tabelas referentes a estes conteúdos;
- c) Texto com considerações detalhadas sobre as táticas de mídia propostas e números relativos ao alcance do plano proposto, permitindo a inclusão de tabelas e informações sobre as estratégias de *flight* propostas;
- d) Simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material, destinados a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, métricas, tabelas, gráficos e planilhas que embasem as normativas técnicas utilizadas pelas candidatas para esta distribuição.
 - I. Todas as peças e material que integrarem a relação comentada da Ideia Criativa deverão constar dessa simulação, com seus respectivos períodos de distribuição das peças e ou material e quantidades de inserção destes materiais e custos pertinentes, aí incluídas as peças não apresentadas como exemplos, mas igualmente consideradas como necessárias ao desenvolvimento da estratégia.
- e) Resumo geral com informações sobre, ao menos:
 - I. Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
 - II. Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
 - III. Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia com as respectivas quantidades a serem produzidas;
 - IV. Demais valores (absolutos e percentuais) que incluam o orçamento do exercício, inclusive custos de pesquisa e eventuais reservas técnicas designadas.
- f) Quanto aos valores desta simulação, devem ser observados que os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser considerados os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
 - I. Deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
 - II. Não será necessário especificar os custos internos e honorários sobre serviços de fornecedores.

9.1.18 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 às 14h00min, na Rua Cel. João Souza Leão, nº 400– Ipojuca – PE.

9.2. Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, no ENVELOPE Nº 02, a saber:

ENVELOPE Nº 02 PROPOSTA TÉCNICA: VIA IDENTIFICADA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA À Comissão Permanente de Licitação da Prefeitura do Ipojuca Razão social da empresa licitante CNPJ Endereço da empresa licitante – telefone e e-mail Concorrência nº/2024 Processo nº ____/2024, data e horário da abertura

- a) O ENVELOPE nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada ao manejo e às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura;

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

- b) O conteúdo deste envelope segue estritamente as mesmas condições de produção de conteúdo do primeiro envelope, conforme será descrito adiante no item pertinente e se destina exclusivamente para fins de cotejamento com a via não identificada, em sessão adequada, conforme rito descrito neste edital.

9.2.1 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.

9.2.2 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, constitui-se do mesmo conteúdo da via não identificada, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa, com a identificação da licitante. Deve ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado, uma vez que não tem como propósito nenhum tipo de avaliação técnica, sendo apenas referência para cotejamento dos conteúdos no momento final da avaliação desta etapa do certame:

9.2.2.1 Uma vez que se trata do volume de cotejamento, que apenas será aberto em etapa pertinente do processo, é facultado às licitantes o uso de papel timbrado exclusivamente na via identificada.

9.2.2.2 Pelas mesmas razões anteriores, exclusivamente na via identificada é facultado o uso de sobrecapas plásticas e de outros materiais com a identidade da licitante.

9.3. COMPOSIÇÃO DO CADERNO TEXTO DA CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

9.3.1 A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico e distinto do Plano de Comunicação Publicitária, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte “arial”, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

- a) Qualquer página com os documentos e informações aqui previstos poderão ser editados em papel A3 dobrado.
- b) Os documentos e informações e o caderno específico aqui mencionados não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope nº 2.
- c) **Não há limitação** de número de páginas para apresentação do conteúdo do caderno da Capacidade de Atendimento, mas seu conteúdo deve ser restrito as questões pertinentes de avaliação conforme regras explicitadas no item 9.3.2 deste edital.

9.3.2 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará:

- a) Texto que traga em tópicos ou dissertativamente relação nominal dos principais clientes já atendidos pela empresa licitante, preferencialmente com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) A quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se todas as áreas fundamentais: estudo/planejamento; criação; produção de rádio, produção em RTV e internet; produção gráfica; mídia e atendimento e tipo de disponibilidade destes funcionários;
- I. Não é necessária rubrica ou autenticação destes currículos resumidos por parte dos profissionais, atentando a concorrente ao observado nas cláusulas contratuais sobre equipe disponível para a Prefeitura do Ipojuca.
- II. Não é necessário currículo resumido dos profissionais que não integrem as áreas técnicas da agência, tais como de áreas administrativas;
- III. A avaliação se dará de forma exclusiva junto aos profissionais listados e propostos, sendo sua substituição permitida as vencedoras nos termos da legislação vigente e mediante expressa aprovação da Prefeitura Municipal do Ipojuca.

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

- c) As instalações, a infraestrutura física, infraestrutura de TI (software e hardware), segurança e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
- d) A sistemática de atendimento discriminará os prazos (mínimo e máximo) a serem praticados, em condições normais de trabalho, e fluxo de trabalho que será obedecido pela agência para desenvolvimento de suas atividades;
 - I. No caso dos prazos recomenda-se uma tabela que facilite a visualização dos prazos normais, sem prejuízo de outras escolhas de apresentação de prazos desde que claros e precisos.
 - II. Devem ser especificados ao menos os prazos (mínimo e máximo) para:
 - a. Criação de peças avulsas (gráficas);
 - b. Criação de peças avulsas (roteiros para meios eletrônicos);
 - c. Criação de Campanhas;
 - d. Elaboração de plano de mídia;
 - e. Alterações de peças desenvolvidas.
 - III. A discriminação detalhada das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência, dos periódicos assinados e da(s) auditoria(s) de circulação e controle de mídia (com suas respectivas abrangências) que colocará regularmente à disposição da Prefeitura Municipal do Ipojuca, sem ônus adicionais, na vigência do contrato, considerando como elementos básicos os exigidos na legislação em vigor e em conformidade com o CENP (Conselho Executivo de Normas Padrão).

9.4. COMPOSIÇÃO DO CADERNO DE REPERTÓRIO

9.4.1 A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e materiais que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte "arial", tamanho "12 pontos", em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

- a) Qualquer página com os documentos e informações previstos neste subitem poderá ser editada em papel A3 dobrado.
- b) Os documentos e informações e o caderno específico mencionado no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope nº 2.
- c) Não há limitação de número de páginas para o conteúdo do caderno de apresentação do Repertório.

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

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

9.4.2.1 Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica e texto resumo com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de, pelo menos, um veículo que divulgou cada peça e outras questões pertinentes a alocação de verba, quando recomendável;

9.4.2.2 Serão vedados os trabalhos que tiverem qualquer referência direta ou indireta com a Prefeitura Municipal do Ipojuca, mesmo que em regime de parceria com outros anunciantes;

9.4.2.3 As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 01.01.2006.

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

- a) As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD ou ainda *pendrive* (memória portátil do tipo flash com leitura via porta *USB*), executável em qualquer computador com sistema operacional *Windows*;
- b) Qualquer problema técnico referente a mídia apresentada pelas licitantes poderá ter reflexo direto na nota e é de sua total e exclusiva responsabilidade.
- c) Deve existir no volume local adequado para comportar tanto os DVDs/CDs quanto os *pendrives*, facilitando o manuseio e identificação destes conteúdos pela comissão específica de julgamento.
- d) As peças gráficas poderão ser apresentadas em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.
 - a. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não, desde que caibam no invólucro adequado.
- e) Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 9.4.2.1, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista para o item.

9.5. COMPOSIÇÃO DO CADERNO COM O RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

9.5.1 A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem o Relato de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte "arial", tamanho "12 pontos", em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

- a) As propostas de que trata este subitem devem ter sido implementadas a partir de 1 de janeiro de 2006.
- b) Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem se referir a ações de comunicação solicitadas e ou aprovadas pela Prefeitura Municipal do Ipojuca.
 - I. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário.
 - II. Todas as páginas do relato devem estar rubricadas pelo autor do referendo e a assinatura deve ser autenticada na última folha do relato.

9.5.2 É facultada a inclusão de até 3 peças e/ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para este Relato. Se incluídas:

- a) As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD executável em qualquer computador com sistema operacional *Windows* ou ainda em unidade de memória do tipo flash acessável por porta *usb* (*Pendrive*).
- b) As peças gráficas poderão integrar o caderno específico do Relato, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;
 - I. Se apresentadas soltas, as peças gráficas poderão ter qualquer formato, dobradas ou não, desde que facilmente acondicionáveis em seu invólucro adequado;
 - II. As peças incluídas não terão suas páginas computadas nos limites do relato definidos anteriormente.
- c) Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a identificação das peças e detalhes de concepção criativa, quando pertinente.

9.6 A apresentação dos volumes de avaliação técnica que não compõem O Plano de Comunicação Publicitária serão acondicionados no Envelope de número "3", devem ser feitas, necessariamente, em três volumes distintos, conforme já determinado nos itens **9.3, 9.4 e 9.5** deste edital.

- a) Apesar de os conteúdos deste envelope terem maior liberdade de formatação, recomenda-se as licitantes, sempre que possível, o uso de formatação padronizada e volumes que facilitem o manuseio da comissão de avaliação.
- b) O uso de caixas e lâminas soltas dos volumes é permitido, mas desencorajado, exatamente por dificultarem o transporte, manuseio e avaliação, não sendo esta embalagem em nenhuma instância objeto de avaliação criativa,

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

conforme critérios claramente definidos neste TR.

- c) Os volumes encadernados devem se valer de espirais capazes de, facilmente, permitirem a passagem das folhas de seus conteúdos, evitando o desgaste em seu trato por parte dos avaliadores.

ENVELOPE Nº 03

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

À Comissão Permanente de Licitação da Prefeitura do Ipojuca

Razão Social da Empresa Licitante

CNPJ

Endereço da Empresa Licitante – Telefone e e-mail

Concorrência Nº/2024

Processo Nº ____/2024, Data e Horário da Abertura

- a) O ENVELOPE nº 3 deverá ser providenciado pela licitante, em única encadernação, e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura;
- b) O ENVELOPE nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do ENVELOPE nº 2.

9.6.1 Para efeito de avaliação, o(s) licitante(s) deverá(ão) apresentar uma campanha simulada para a Prefeitura Municipal do Ipojuca, sobre o tema apontado no Briefing constante no ANEXO II deste Edital, com duração de até 12 (doze) meses prevendo uma verba para este exercício de campanha de R\$ 9.000.000,00 (Nove Milhões).

10. DA PROPOSTA DE PREÇOS – ENVELOPE Nº 04

10.1 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

À Comissão Permanente de Licitação da Prefeitura do Ipojuca

Razão Social da Empresa Licitante

CNPJ

Endereço da Empresa Licitante – Telefone e e-mail

Concorrência Nº/2024

Processo Nº ____/2024, Data e Horário da Abertura

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

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

10.2 A proposta de preços (**Envelope 4**), devidamente assinada pelo proponente ou seu representante legal, redigida em português (digitada), de forma clara, sem emendas, rasuras ou entrelinhas nos campos que envolverem valores, quantidades e prazos, deverá ser elaborada, considerando as condições estabelecidas no Termo de Referência, no edital e seus anexos:

- a) Carta de Apresentação da Proposta de Preços para ofertado, conforme o modelo fornecido;
- 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.
- d) Declaração de Elaboração Independente de Proposta, em papel timbrado, com carimbo da empresa e assinada por representante legal desta. (modelo Anexo VIII).

10.3 A Proposta de Preço deverá conter:

10.3.1 Itens sujeitos a valoração, contendo as informações constantes do modelo fornecido (ANEXO VI) deste Edital, indicando os percentuais em algarismos, com os seguintes dados:

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

10.3.2 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.

10.3.3 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:

- a) Para os direitos de autoria intelectual (criação, textos, produção, direção, trilha sonora original, arte finalização e assemelhados), a cessão durante a vigência do contrato, dos direitos patrimoniais de uso à PREFEITURA MUNICIPAL DO IPOJUCA;
- b) Para os direitos de imagem (atores e modelos) e de obras artísticas preexistentes (ou de sua reprodução), o licenciamento de uso durante o prazo de duração do contrato, com a definição de um percentual de até 30% do cachê original ou da licença original de uso, conforme o caso;
- c) O 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, inclusos nesses orçamentos.

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

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

10.3.5 Declaração assinada pelo titular da licitante ou seu procurador legalmente designado, de que reverterá à Prefeitura Municipal do Ipojuca, 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 Termo de Referência, 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 CPL efetuará as retificações e considerará, para efeito de julgamento, o valor com as retificações efetuadas.

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

11. DO PROCESSAMENTO E JULGAMENTO

11.1 Durante os trabalhos de julgamento das propostas de preços e das documentações de habilitação, a Comissão Permanente de Licitação – CPL poderá suspender a reunião para promover diligências acerca de dúvidas que não possam ser sanadas de imediato (segundo o Acórdão TC nº 441/13 do TCE-PE c/c a Medida Cautelar Processo TC Nº 1302015-8 – TCE-PE).

11.2 Como resultado das diligências acima referidas, objetivando um juízo de verdade real, será permitida a inclusão de documentos necessários para apurar fatos existentes à época da licitação, concernentes à proposta de preços ou à documentação de habilitação dos participantes, porém não documentados nos autos (segundo o Acórdão TC nº 441/13 do TCE-PE c/c a Medida Cautelar Processo TC Nº 1302015-8 – TCE-PE).

11.3 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 Proposta de Preços (“04”).

11.4 A licitação será processada e julgada de acordo com a Lei nº 12.232/2010 e, subsidiariamente, pela Lei nº 14.133/2021 e alterações, observando-se as disposições aplicáveis à licitação do tipo TÉCNICA E PREÇO.

11.5 Esta concorrência será processada e julgada pela Comissão Permanente de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

11.6 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

11.6.1 Um dos membros da Subcomissão não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Prefeitura Municipal do Ipojuca.

11.6.2 O processo de seleção dos futuros integrantes da subcomissão técnica citado em 11.6 do edital será iniciado em até 10 (dez) dias após a publicação inicial do certame em tela, e cumprirá as determinações contidas na Lei nº 12.232/2010, em seu art. 10 e seus §§, que regem prioritariamente este certame.

11.7 A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá 09 (nove) integrantes, sendo no mínimo, 03 (três) deles sem nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Prefeitura Municipal do Ipojuca, conforme normatiza a Lei 12.232/2010, sendo estes nomes previamente cadastrados pela Comissão Permanente de Licitação desta Prefeitura.

11.7.1 A referida relação dos nomes será publicada pela Comissão Permanente de Licitação no Diário Oficial do Estado de Pernambuco, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

11.7.2 O sorteio será processado pela Comissão Permanente de Licitação, de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com a Prefeitura Municipal do Ipojuca.

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

11.7.3 A referida relação conterá, separadamente, os nomes dos que mantenham vínculo e dos que não mantenham vínculo com a PREFEITURA MUNICIPAL DO IPOJUCA.

11.7.4 Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação, mediante apresentação à Comissão Permanente de Licitação de justificativa POR ESCRITO, com fundamentos jurídicos plausíveis para a exclusão.

11.7.5 Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

11.7.6 A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado.

11.7.6.1 Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido pela Legislação em vigor.

11.7.6.2 Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

11.7.7 A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

11.7.8 Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos envelopes com as Propostas Técnica e de Preços.

11.8 Serão realizadas 4 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes.

11.8.1. PRIMEIRA SESSÃO

11.8.1.1 A Primeira Sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no preâmbulo deste edital e terá a seguinte pauta inicial.

- a) Credenciar os representantes das licitantes;
- b) Receber os envelopes nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;
- c) Conferir se esses envelopes estão em conformidade com as disposições no Edital;
- d) Rubricar, no fecho, sem abri-los, os envelopes nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Permanente de Licitação, e separá-los dos envelopes nº 1 e nº 3;
- e) Abrir e rubricar o conteúdo do envelope nº 1;
- f) Abrir o envelope nº 3 e rubricar seu conteúdo;
- g) Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos que constituem os envelopes de nº 1 e nº 3;
- h) Informar que, através de publicação no Diário Oficial do Estado de Pernambuco, as licitantes serão convocadas para a próxima sessão, quando haverá a divulgação do julgamento das Propostas Técnicas.

11.8.1.2 Finalizada a Primeira Sessão, a Comissão Permanente de Licitação encaminhará os ENVELOPES de nº 1, com as VIAS NÃO IDENTIFICADAS do Plano de Comunicação Publicitária à Subcomissão Técnica que efetuará os seguintes procedimentos.

11.8.1.2.1 Análise individualizada e julgamento, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

11.8.1.2.2 Elaboração e encaminhamento, à Comissão Permanente de Licitação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

11.8.1.3 Uma vez recebida a ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, a Comissão Permanente de Licitação encaminhará os ENVELOPES de nº 3, com a CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, O REPERTÓRIO E OS RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO à Subcomissão Técnica, que efetuará os seguintes procedimentos.

11.8.1.3.1 Análise individualizada e julgamento da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital.

11.8.1.3.2 Elaboração e encaminhamento à Comissão Permanente de Licitação, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

11.8.1.4 As planilhas/formulários de pontuação conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada sub-questo do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

11.8.1.5 Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do edital, ainda assim será atribuída pontuação aos seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do envelope nº 02 (VIA IDENTIFICADA do Plano de Comunicação Publicitária).

11.8.2. SEGUNDA SESSÃO

11.8.2.1 Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (envelopes de nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, através de publicação no Diário Oficial do Estado de Pernambuco, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica.

- a) Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) Abrir os ENVELOPES de nº2;
- c) Cotejar as vias não identificadas (envelope nº 1) com as vias identificadas (envelope nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- d) Elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada Proposta Técnica;
- e) Proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;
- f) Se todos os representantes das proponentes estiverem presentes à sessão e de acordo com o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas, podem registrar em ata a renúncia de recurso, decaindo assim, o prazo recursal. Sendo assim a Comissão dará continuidade aos procedimentos de licitação, de acordo com o previsto nos subitens seguintes;
- g) Caso não estiverem presentes à sessão todos os representantes das proponentes ou não haja unanimidade de renúncia de recurso contra o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, a Comissão Permanente de Licitação informará que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será publicado no Diário Oficial do Estado de Pernambuco, com a indicação dos proponentes desclassificados e dos classificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da data de sua publicação, para interposição de recurso, conforme disposto na alínea “b” do inciso I do art. 165 da Lei nº 14.133/2021 e alterações.

11.8.2.2 Além das demais atribuições previstas neste edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão Permanente de Licitação.

11.8.3. TERCEIRA SESSÃO

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

11.8.3.1 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua renúncia ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, através de publicação no Diário Oficial para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença.
- b) Abrir os ENVELOPES de nº 4, com a Proposta de Preço, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos envelopes de nº 4;
- d) Analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preço e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) Tendo sido julgadas as Propostas de Preços, o Julgamento Final das Propostas será feito de acordo com Nota Final alcançada, sendo a classificação das propostas em ordem decrescente das referidas notas, conforme critério de julgamento estabelecido neste edital: média ponderada entre as notas da Proposta Técnica e de Preço. Em caso de empate, a Comissão Permanente de Licitação procederá ao sorteio, em sessão pública, nos termos do artigo 60 da Lei nº 14.133/21 e alterações;
- f) Se todos os representantes das proponentes estiverem presentes à sessão e de acordo com o resultado do julgamento das Propostas de Preços, podem registrar em ata a renúncia de recurso, decaindo assim, o prazo recursal. Sendo assim, a Comissão Permanente de Licitação dará continuidade aos procedimentos de licitação, de acordo com o previsto nos subitens seguintes;
- g) Caso não estiverem presentes à sessão todos os representantes das proponentes ou não haja unanimidade de renúncia de recurso contra o resultado do julgamento das Propostas de Preços, a Comissão Permanente de Licitação informará que o resultado do julgamento das Propostas de Preços e do julgamento final das Propostas será publicado no Diário Oficial do Estado de Pernambuco, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo de 3 (três) dias úteis, a contar da data de sua publicação, para interposição de recurso, conforme disposto na alínea “b” do inciso I do art.165 da Lei nº 14.133/2021 e alterações.

11.8.4. Quarta Sessão

11.8.4.1 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua renúncia ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, através de publicação no Diário Oficial do Estado de Pernambuco, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica.

- a) Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) Receber e abrir o(s) ENVELOPE(S) de nº 5 da(s) licitante(s) classificada(s), cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes;
- c) Analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- d) Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes do(s) envelope(s) nº 5;
- e) Informar o resultado de Habilitação e declarar a(s) licitante(s) vencedora(s);
- f) Se todos os representantes das licitantes estiverem presentes à sessão e de acordo com o RESULTADO FINAL, podem registrar em ata a renúncia de recurso, decaindo assim, o prazo recursal. Sendo assim, a Comissão Permanente de Licitação publicará no Diário Oficial do Estado de Pernambuco o resultado final da licitação com o(s) nome(s) da(s) licitante(s) vencedora(s);
- g) Caso não estiverem presentes à sessão todos os representantes das licitantes ou não haja unanimidade de renúncia de recurso contra o resultado de Habilitação, a Comissão Permanente de Licitação informará que o RESULTADO DE HABILITAÇÃO e RESULTADO FINAL serão publicados no Diário Oficial do Estado de Pernambuco, com a indicação dos proponentes HABILITADOS e INABILITADOS, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da data de sua publi-

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

cação, para interposição de recurso, conforme disposto na alínea de 3 (três) dias úteis, a contar da data de sua publicação, para interposição de recurso, conforme disposto na alínea “c” do inciso I do art.165 da Lei nº 14.133/2021 e alterações.

I. Quando julgado(s) o(s) recurso(s) interposto(s), o resultado será publicado no Diário Oficial do Estado de Pernambuco e, caso tenha(m) sido julgado(s) PROCEDENTE(S), será publicado também o novo RESULTADO FINAL DA LICITAÇÃO com o(s) nome(s) da(s) licitante(s) vencedora(s).

11.9 Após exame das Propostas de Preços, de acordo com os critérios estabelecidos neste edital, a classificação das propostas será feita de acordo com a média ponderada das valorizações das propostas técnicas e de preço, de acordo com os pesos preestabelecidos neste edital.

11.10 Uma vez habilitada, a licitante com proposta classificada com a maior nota final, será considerada vencedora do certame.

11.11 No caso de empate, a Comissão procederá ao sorteio, em sessão pública, nos termos do artigo 60 da Lei nº 14.133/21 e alterações.

11.12 A abertura dos envelopes de propostas e documentação de habilitação ocorrerá sempre em sessão pública, com a devida divulgação. O exame da documentação de propostas e de habilitação poderão correr em sessão pública ou em sessão privativa da Comissão Permanente de Licitação.

11.13 A Comissão Permanente de Licitação poderá marcar data de reunião especificamente para.

11.14 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.

11.15 Iniciada a sessão de abertura, o Agente de Contratação/Presidente da CPL declarará 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.

11.16 Todos os envelopes de proposta técnica e de proposta de preços, 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.

11.17 Em seguida proceder-se-á à abertura dos envelopes Nº 01 – Via Não Identificada, que terão analisados todos os seus conteúdos pelos representantes credenciados e presentes à sessão, e serão por estes rubricados e também pelos membros da CPL, em seguida os representantes serão arguidos pela CPL sobre qualquer tipo de irregularidade verificada quando da análise de todo o material do envelope “01”; logo após serão abertos os envelopes Nº 03- Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, que também terão analisados todos os seus conteúdos pelos representantes credenciados e presentes à sessão, e serão por estes rubricados e também pelos membros da CPL, em seguida os representantes serão arguidos pela CPL sobre qualquer tipo de irregularidade verificada quando da análise de todo o material dos envelopes “03”.

11.18 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 Subcomissão Técnica;

11.19 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;

11.20 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), de acordo com o estabelecido na alínea “a”, inciso VII, § 4º, art. 11 da Lei nº 12.232/2010, podendo na mesma reunião, divulgar as classificações dos licitantes nos quesitos “PROPOSTA TÉCNICA”;

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

11.21 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.

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

11.23 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.

11.24 A Comissão Permanente de Licitação poderá marcar data de reunião especificamente para divulgação de resultados de julgamento de propostas e de habilitação, solicitando o comparecimento de todos os licitantes, a fim de agilizar o processo, e com abreviação dos prazos de recursos.

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

12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

12.1 Julgamento das Propostas Técnicas

12.1.1 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.

12.1.2 Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito, conforme detalhamento nos itens a seguir de cada um dos volumes e subcritérios integrantes deste edital;

12.1.3 PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA:

12.1.3.1 **Raciocínio Básico** – será observado no texto qualidade de conteúdo preparado por cada uma das concorrentes em seus volumes e a acuidade de compreensão:

- a) Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação e presença de dados que referenciem esta acuidade;
- b) Sobre o entendimento da missão da Prefeitura Municipal do Ipojuca num contexto sociopolítico e econômico e de suas atividades e secretarias regularmente implantadas e com interfaces junto à população do Município;
- c) Do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pela Prefeitura Municipal do Ipojuca, conforme discorre o Briefing anexo a este edital;

Das necessidades de comunicação da Prefeitura Municipal do Ipojuca para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s), conforme Briefing anexo a este edital.

12.1.3.2 **Estratégia de Comunicação Publicitária** – serão observadas no texto e proposta estratégica desenvolvida pelas licitantes:

- a) A adequação do partido temático e do conceito proposto à natureza e à qualificação Prefeitura Municipal do Ipojuca e a seu (s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme Briefing anexo a este edital;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos, aí incluídas todas as questões estratégicas e vernaculares que levaram ao desenvolvimento do tema de campanha que norteará o trabalho da concorrente;
- c) A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Prefeitura Municipal do Ipojuca com seus públicos a partir da eventual implantação da campanha proposta pela concorrente;

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

- d) Adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação da Prefeitura Municipal do Ipojuca conforme Briefing em anexo;
- e) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta e táticas derivadas, além da capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e/ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível conforme conteúdo do Termo de Referência;
- f) A composição de pontos de contato com os diversos públicos constantes em briefing e sua tangibilização em estratégia pertinente ao desafio proposto;
- g) As referências estratégicas capazes de alimentar os pontos fundamentais do plano de comunicação com destaque para as questões de público (quantitativas e comportamentais), forma, temporalidade (períodos de exposição e justificativas) e meios utilizados.

12.1.3.3 Ideia Criativa – qualidade das peças propostas e sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação da Prefeitura Municipal do Ipojuca conforme Briefing em anexo. Além disso, serão observadas nas peças e nos eventuais resumos das listagens de peças que compõem este item:

- a) Separação clara e precisa das peças que são apresentadas como anexos e das peças que devem integrar a estratégia proposta, mas não foram listadas por excederem os limites previstos neste edital para tangibilização (apresentação física como exemplo);
- b) Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante para;
- c) Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) A unidade entre as peças que compõem a campanha, considerando as especificidades de cada uma das propostas e substratos;
- g) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta, bem como sua capacidade de síntese;
- h) Sua pertinência às atividades da comunicação de utilidade pública da Prefeitura do Ipojuca, além da sua inserção nos contextos social, político e econômico de atuação da Prefeitura;
- i) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados, e em suas descrições estratégicas;
- j) A exequibilidade das peças e ou do material e sua composição imagética e de conteúdo;
- k) A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos substratos midiáticos e aos públicos propostos;
- l) O manejo e adequação da linguagem e composição imagética, demonstrada em sua proposição criativa e qualidade técnica e exemplos apresentados.

12.1.3.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia – Será avaliada na proposta apresentada, aí incluídos os gráficos e tabelas anteriormente definidos como integrantes desta etapa da proposta técnica:

- a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários constantes no briefing e seus desdobramentos de target;
- b) A capacidade analítica, evidenciada no exame desses hábitos, tanto demográficos quanto psicográficos, bem como, o uso de fontes fiáveis e adequadas a cada um dos meios;

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

- c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores, evidenciada pelo suporte de dados que norteiam essa simulação;
- d) Pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura Municipal do Ipojuca;
- e) A proporcionalidade na distribuição dos recursos entre suas alíneas, em particular o uso equilibrado entre cada um dos meios e entre produção e mídia;
- f) A economicidade e consciência na aplicação da verba de mídia disponível, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material e suas justificativas táticas e disponibilidade de métricas que as embasem;
- g) A presença e otimização das táticas baseadas em mídia segmentada, digital, alternativa e de massa;
- h) As táticas de *flight* propostas e detalhamento de frequência da mídia de forma global;
- i) A existência de gráficos e elementos descritivos claros, em valores percentuais e absolutos, capazes de resumir a proposta apresentada e sua proporcionalidade, facilitando o entendimento global e demonstrando apuro técnico na escolha dos canais.

12.1.4 **CAPACIDADE DE ATENDIMENTO DA LICITANTE:** Texto da proposta técnica em que será avaliada da concorrente, além da formatação precisa em consonância com os detalhes deste edital, os seguintes elementos:

- a) A consonância da atual carteira (que deve estar claramente listada) com os problemas e desafios da Prefeitura Municipal do Ipojuca;
- b) A experiência e formação dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e de comunicação integrada claramente listados na proposta da licitante, excluídos os profissionais de suporte administrativo, não ligados a questões técnicas de realização do objeto deste Edital;
- c) A adequação das qualificações e da quantificação desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária institucional da Prefeitura do Ipojuca;
- d) A adequação das instalações, da infraestrutura (física e de tecnologia da informação) e dos recursos materiais e de segurança que estarão à disposição da execução do contrato;
- e) A operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura Municipal do Ipojuca e a licitante, esquematizado na proposta, incluindo sistematização de reuniões e prazos de realização e alteração de peças, fluxos de trabalho, além das demais questões que explicitam o funcionamento deste relacionamento, tais como o trato das informações e segurança;
- f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Prefeitura Municipal do Ipojuca sem ônus adicional, durante a vigência do contrato, bem como dos periódicos assinados disponíveis para a equipe da concorrente;
- g) A existência de equipe dedicada e/ou exclusiva discriminada de forma específica para o trato da conta de comunicação institucional da Prefeitura Municipal do Ipojuca, bem como a definição técnica dos profissionais à disposição nesta condição.

12.1.5 **REPERTÓRIO:** Texto da proposta técnica em que será avaliada da concorrente, além da formatação precisa em consonância com os demais detalhes deste edital para esta instância de avaliação os seguintes elementos:

- a) A ideia criativa e sua adequação e pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver e ao segmento de atuação da Prefeitura Municipal do Ipojuca;
- b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material, evidenciada pelas dimensões técnicas de produção e construção criativa em cada um dos meios onde estas peças foram inseridas;

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

- c) A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas, incluindo o trato dos elementos de mercado;
- d) A exequibilidade das soluções diante das verbas claramente propostas, pela facilidade de implantação e sua relação particular com o impacto desejável junto aos públicos para as quais foram desenvolvidas;
- e) A diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação da Prefeitura Municipal do Ipojuca.

12.1.6 **RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO:** Texto da proposta técnica em que será avaliada da concorrente, além da formatação precisa em consonância com os demais detalhes deste edital para esta instância de avaliação os seguintes elementos:

- a) A evidência de planejamento publicitário detectada na transformação dos cenários apresentados em novos dados e conclusões estratégicas a partir do briefing proposto pelo cliente do relato;
- b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema inicial do caso de comunicação relatado e solução derivada proposta pela licitante;
- c) A relevância dos resultados apresentados a partir da solução de comunicação apresentada pela licitante e dela derivados, incluindo os elementos quantitativos claros capazes de ser aferidos;
- d) A concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso e sua fluidez.

12.2 **PONTUAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

12.2.1 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 das planilhas abaixo:

Raciocínio Básico: máximo de 10 (dez) pontos		
Subcritério	Elementos avaliativos	Pontuação
a)	A apresentação de conteúdo que comprove a compreensão do objeto da licitação (sua natureza e extensão);	01 ponto
b)	A compreensão da missão da Prefeitura Municipal do Ipojuca dentro do contexto sociopolítico-econômico;	02 pontos
c)	A compreensão das atividades das secretarias regularmente implantadas e que tenham interfaces junto à população do Município;	01 ponto
d)	A compreensão dos problemas e desafios de comunicação descritos no briefing anexo a este edital.	02 pontos
e)	A demonstração de soluções de comunicação adequadas para enfrentar os problemas e desafios de comunicação descritos no briefing anexo a este edital.	04 pontos

Estratégia de Comunicação Publicitária: máximo de 20 (vinte) pontos		
Subcritério	Elementos avaliativos	Pontuação
a)	A adequação do tema da proposta aos problemas e desafios apresentados no briefing anexo a este	02 pontos

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

	edital;	
b)	A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do tema. Esta argumentação deve conter as justificativas estratégicas e de conhecimento da realidade do município que levaram ao desenvolvimento do tema;	03 pontos
c)	A adequação da estratégia de comunicação apresentada aos problemas e desafios apresentados no briefing anexo a este edital;	02 pontos
d)	A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação retratada e das táticas derivadas desta estratégia;	03 pontos
e)	O desdobramento dos resultados esperados a partir da eventual implantação da campanha proposta pela concorrente;	02 pontos
f)	A viabilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta como solução aos problemas e desafios propostos conforme briefing em anexo;	02 pontos
g)	A escolha adequada dos pontos de contato para atingir os diversos públicos referenciados no briefing em anexo;	03 pontos
h)	As referências estratégicas capazes de justificar os pontos fundamentais do plano de comunicação em relação: - à questões de público (quantitativas e comportamentais) - à forma - à temporalidade (períodos e justificativas) - aos meios utilizados	03 pontos

Ideia Criativa: máximo de 21 (vinte e um) pontos		
Subcritério	Elementos avaliativos	Pontuação
a)	A separação clara e precisa das peças que devem integrar a estratégia proposta, das peças que são apresentadas como anexos, que não foram listadas por excederem os limites previstos neste edital para tangibilização (apresentação física como exemplo);	02 pontos
b)	A sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;	02 pontos
c)	A sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;	02 pontos
d)	A ausência da possibilidade de interpretações e conotações negativas, intencionais ou não;	01 ponto
e)	A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;	02 pontos
f)	A unidade entre as peças que compõem a campanha, considerando as especificidades de cada uma das propostas;	01 ponto

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

g)	A simplicidade da forma sob a qual se apresenta, bem como sua capacidade de síntese;	01 ponto
h)	A sua pertinência às atividades da comunicação de utilidade pública da Prefeitura Municipal do Ipojuca;	01 ponto
i)	A adequação aos contextos social, político e econômico de atuação da Prefeitura;	02 pontos
j)	Os desdobramentos comunicativos que deseja apresentar conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ ou material apresentados e em suas descrições estratégicas;	02 pontos
k)	A viabilidade das peças e/ou do material e sua composição imagética e de conteúdo;	02 pontos
l)	A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos substratos midiáticos ;	01 ponto
m)	A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos públicos propostos.;	02 pontos

Estratégia de Mídia e Não Mídia: máximo de 14 (quatorze) pontos		
Subcritério	Elementos avaliativos	Pontuação
a)	O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários constantes no briefing e seus desdobramentos de target;	02 pontos
b)	A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos (tanto demográficos quanto comportamentais) adequadas a cada um dos meios, bem como uso de fontes confiáveis;	01 ponto
c)	A consistência do plano de mídia e dos materiais em relação às duas alíneas anteriores;	02 pontos
d)	A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura Municipal do Ipojuca;	02 pontos
e)	A proporcionalidade na distribuição dos recursos, em particular o uso equilibrado entre cada um dos meios;	01 ponto
f)	A proporcionalidade na distribuição dos recursos, em particular o uso equilibrado entre produção e mídia;	01 ponto
g)	A comprovação de métricas que justifiquem as mídias escolhidas;	01 ponto
h)	A presença e otimização das táticas de mídia segmentada, digital, alternativa e de massa;	01 ponto
i)	As táticas de <i>flight</i> propostas e detalhamento de frequência da mídia de forma global;	01 ponto
j)	A existência de gráficos e elementos descritivos claros, em valores percentuais e absolutos, capazes de resumir a proposta apresentada e sua proporcionalidade, facilitando o entendimento global e demonstrando apuro técnico na escolha dos canais.	02 pontos

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

Capacidade de Atendimento: máximo de 15 (quinze) pontos		
Subcritério	Elementos avaliativos	Pontuação
a)	A consonância da atual carteira (que deve estar claramente listada) com os problemas e desafios da Prefeitura Municipal do Ipojuca;	02 pontos
b)	A experiência e formação dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e de comunicação integrada claramente listados na proposta da licitante, excluídos os profissionais de suporte administrativo não ligados a questões técnicas de realização do objeto deste Edital;	02 pontos
c)	A adequação das qualificações e da quantificação desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária institucional da Prefeitura do Ipojuca;	01 ponto
d)	A adequação das instalações, da infraestrutura (física e de tecnologia da informação) e dos recursos materiais e de segurança que estarão à disposição da execução do contrato (que devem estar claramente listados);	01 ponto
e)	a) A operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura Municipal do Ipojuca e a licitante, esquematizado na proposta, incluindo sistematização de reuniões e prazos de realização e alteração de peças, fluxos de trabalho, além das demais questões que explicitam o funcionamento deste relacionamento, tais como o trato das informações e segurança;	03 pontos
f)	A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia (que devem estar claramente listados) que a licitante colocará regularmente à disposição da Prefeitura Municipal do Ipojuca sem ônus adicional, durante a vigência do contrato, bem como dos periódicos assinados disponíveis para a equipe da concorrente;	02 pontos
g)	A existência de equipe dedicada e/ou exclusiva discriminada de forma específica para o trato da conta de comunicação institucional da Prefeitura Municipal do Ipojuca, bem como a definição técnica dos profissionais à disposição nesta condição.	04 pontos

Repertório: máximo de 10 (dez) pontos		
Subcritério	Elementos avaliativos	Pontuação
a)	A ideia criativa e sua pertinência que a licitante se propôs a resolver e ao segmento de atuação da Prefeitura Municipal do Ipojuca;	02 pontos
b)	A qualidade da execução e do acabamento da peça	02 pontos

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

	e ou material, evidenciada pelas dimensões técnicas de produção	
c)	A construção criativa em cada um dos meios onde estas peças foram inseridas;	01 ponto
d)	A clareza da exposição das informações prestadas nas peças apresentadas;	01 ponto
e)	A clareza da exposição das informações prestadas no resumo apresentado;	01 ponto
f)	A viabilidade das soluções diante das verbas claramente propostas	02 pontos
g)	A diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação da Prefeitura Municipal do Ipojuca.	01 ponto

Relato de Soluções de Comunicação: máximo de 10 (dez) pontos		
Subcritério	Elementos avaliativos	Pontuação Máxima
a)	A evidência de planejamento publicitário de acordo com os cenários apresentados e as conclusões estratégicas a partir do briefing proposto pelo cliente do relato;	03 pontos
b)	A consistência das relações de causa e efeito entre problema inicial do caso de comunicação relatado e solução derivada proposta pela licitante;	02 pontos
c)	A relevância dos resultados apresentados a partir da solução de comunicação apresentada pela licitante e dela derivados, incluindo os elementos quantitativos claros capazes de ser aferidos;	03 pontos
d)	A concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso e sua capacidade de compreensão.	02 pontos

12.2.2 A nota de cada quesito corresponderá à média aritmética das notas atribuídas por cada membro da Subcomissão Técnica, a qual deverá elaborar ata de julgamento dos quesitos e subquesitos da proposta técnica, bem como de planilhas com as pontuações e respectiva justificativa escrita das razões que fundamentaram tais pontuações em cada caso, de acordo com os incisos IV, V e VI, do § 4º, do art. 11 da Lei nº 12.232/2010.

12.2.3 A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital e as exigências expressas da Legislação em vigor.

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

12.2.4 Será desclassificada a Proposta Técnica que:

- a) Não atender às exigências do Edital, do Termo de Referência e de seus anexos;
- b) Utilizem quaisquer elementos, critérios ou fator sigiloso, secreto, subjetivo ou reservado que possa ainda que indiretamente elidir o princípio da igualdade entre os licitantes;
- c) Ofertem vantagem não prevista no certame, inclusive financiamento subsidiado ou a fundo perdido, ou preço ou

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

vantagem baseada nas ofertas dos demais licitantes;

- d) Não alcançar, no total, a nota mínima de 50 (cinquenta) pontos ou que obtiver pontuação 0,00 (zero) em quaisquer dos subquesitos ou quesitos.
- e) 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.

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

12.3 PONTUAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS:

12.3.1 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:

Item	Desconto e Honorário	Nota
1	Desconto (em percentual) a ser concedido à Prefeitura Municipal do Ipojuca, sobre os custos internos, baseados na Tabela de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco.	• Desconto igual a 0,0% Nota = 0,00 • Desconto superior a 0,0%: Nota = 3,0 x Desconto Nota máxima: 60 pontos
2	Honorários (em percentual) a serem cobrados à Prefeitura Municipal do Ipojuca, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada. Percentual Máximo: 15%	• Honorário igual a 15%: Nota = 0,00 • Honorário inferior a 15% Nota = 8,0 x (15-honorário) Nota máxima: 40 pontos

12.3.2 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;

12.3.3 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 59 da Lei nº 14.133/21 e alterações;

12.3.4 Não se admitirá proposta que apresente preços simbólicos, irrisórios, ou de valor zero, ou incompatíveis com os preços de mercado, observado o disposto na Lei nº 14.133/21 e alterações.

12.4. CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS (NOTA FINAL)

12.4.1 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 e, mediante a aplicação da seguinte fórmula:

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

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

12.4.3 A proposta classificada em **primeiro lugar**, com a maior nota final, será considerada vencedora do certame;

12.4.4 No caso de empate, a Comissão procederá ao sorteio, em sessão pública, nos termos do artigo 60 da Lei nº 14.133/21 e alterações.

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

12.5 Será(ão) desclassificada(s) a(s) proposta(s) de preços que:

- 12.5.1 Não atender às exigências do edital, do Termo de Referência e de seus anexos;
- 12.5.2 Utilizem quaisquer elementos, critérios ou fator sigiloso, secreto, subjetivo ou reservado que possa ainda que indiretamente elidir o princípio da igualdade entre os licitantes;
- 12.5.3 Ofertem vantagem não prevista neste Edital, inclusive financiamento subsidiado ou a fundo perdido, ou preço ou vantagem baseada nas ofertas dos demais licitantes;
- 12.5.4 Não alcançar, no total, a nota mínima de 50 (cinquenta) pontos ou que obtiver pontuação 0,00 (zero) em quaisquer dos sub quesitos ou quesitos.
- 12.5.5 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.

12.6 Julgamento da Documentação de Habilitação

12.6.1 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, que 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 na 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 do Estado de Pernambuco através do sítio www.cepe.com.br, para cumprimento dos prazos estabelecidos na Lei Federal nº 14.133/21 e alterações.

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

13. PRAZO E CONDIÇÕES DE ENTREGA/EXECUÇÃO DO OBJETO

13.1 O prazo para execução do objeto desta licitação será de 12 (doze) meses, contados a partir da data de assinatura do contrato, podendo ser prorrogado, conforme a legislação em vigor.

13.2 Na execução do objeto desta licitação não será permitida a prestação dos seguintes serviços: assessoria de imprensa, relações-públicas, promoções, patrocínios, organização de eventos e montagem de feiras e exposições;

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

13.4 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 Especial de Comunicação, gerará Ordem de Execução de Serviços, 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.

13.5 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 do Ipojuca.

13.6 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 pela Secretaria Especial de Comunicação, **estando vedada a subcontratação de serviços afetos à criação/concepção das ações de publicidade.**

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

13.6.1 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.

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

13.7 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 pela Secretaria Especial de Comunicação, **estando vedada a subcontratação de serviços afetos à criação/concepção das ações de publicidade.**

13.7.1 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;

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

13.8 Os originais dos materiais desenvolvidos para a execução dos serviços (arte, fotolito, VT, filmes, etc.), em formato editável, ficarão sob a guarda da CONTRATADA, e são de propriedade da Prefeitura Municipal do Ipojuca, a qual poderá requisitar cópias dos originais para comprovação da prestação dos serviços e arquivo próprio. É vedado à transferência a agentes de qualquer espécie ou uso, além das finalidades solicitadas em plano de campanha específica.

14. DIREITOS AUTORAIS

14.1 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;

14.2 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, à Prefeitura Municipal do Ipojuca do uso das peças publicitárias e do material bruto;

14.3 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;

14.4 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**.

15. DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

15.1 O pagamento será efetuado pela CONTRATANTE, através de depósito bancário, em conta-corrente da CONTRATADA, em 30 dias após a data de aceitação da nota fiscal / fatura do serviço, ficando condicionado a execução dos serviços e terá as parcelas apuradas mensalmente que corresponderão aos serviços atestados efetivamente no período de cada mês civil, mediante a apresentação da Nota Fiscal/Fatura, e atesto da Secretaria Especial de Comunicação.

- a) A CONTRATANTE terá o prazo de até 3 (três) dias úteis para a aceitação ou não da nota fiscal / fatura apresentada, que ainda poderá voltar à CONTRATADA para possíveis ajustes, caso necessário.
- b) Caso ocorra erro ou omissão na Nota Fiscal/Fatura ou outra circunstância que desaconselhe o seu pagamento, a CONTRATADA deverá substituí-la, devendo o prazo para pagamento ser contado da data de apresentação da nova fatura, nos termos do subitem anterior.
- c) A devolução da Fatura não aprovada pela CONTRATANTE e/ou pela CONTRATANTE, por conter incorreções, não poderá servir de pretexto para que a CONTRATADA suspenda a execução dos serviços.

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

15.1.1 As faturas deverão ser entregues na Secretaria Especial de Comunicação sob 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;

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

15.3 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;

15.4 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;

15.5 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;

15.6 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;
- b) Honorários (em percentual) de até 15% (quinze por cento), conforme constante na proposta, a serem cobrados da Prefeitura Municipal do Ipojuca, incidente sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada.

15.6.1 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;

15.6.2 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;

15.6.3 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;

15.6.4 Na execução do contrato, a **CONTRATANTE** devidamente subsidiada pela **CONTRATANTE** 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 Municipal do Ipojuca, sendo obrigatória a comprovação documental de que a referida negociação foi realizada;

15.6.5 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;

15.6.6 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

15.6.7 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).

16. DO CONTRATO

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

16.1 Será firmado nos termos do **ANEXO XI** deste Edital, instrumento contratual entre a Prefeitura Municipal do Ipojuca e a licitante vencedora da presente licitação.

16.2 O contrato terá vigência de 5 (cinco) anos, podendo ser prorrogado até o prazo máximo de 10 (dez) anos, conforme artigos 106 e 107 da Lei 14.133/21 e alterações;

16.3 Farão parte integrante do Contrato, como se nele estivesse transcrito:

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

16.4 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 penalidades previstas na Lei nº. 14.133/21 e alterações.

16.5 É facultado à Prefeitura Municipal do Ipojuca, 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 nos §§ 5º e 6º do Artigo nº. 90 da Lei nº 14.133/21 e alterações.

16.6 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. 125 da Lei Nº. 14.133, de 1 de abril de 2021 e alterações.

16.7 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. 98 da lei nº 14.133/21 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 exposto no subitem 16.2; ou
- b) Caução em dinheiro ou títulos da dívida pública; ou
 - l. 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 16.2.

16.7.1 A apólice de garantia do contrato deverá ser apresentada para custódia no setor de contabilidade da Prefeitura em até 10 (dez) dias após a assinatura do contrato, sob pena de ser revogado, sem prejuízo das sanções cabíveis.

16.7.2 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.

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

17. DO REAJUSTAMENTO

17.1 Os serviços contratados quando ultrapassarem o prazo de 12 (doze) meses, poderão ser reajustados, obedecendo ao Índice Geral de Preços – IGP-DI da Fundação Getúlio Vargas.

18. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

18.1 A recusa injustificada da adjudicatária em assinar o contrato dentro do prazo de 10 (dez) dias úteis, contados a partir da convocação, caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida, sujeitando-o às penalidades previstas na lei 14.133/21 e alterações.

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

18.2 Pela inexecução total ou parcial do Contrato, bem como, pela inexecução dos níveis de serviços e requisitos técnicos requeridos neste Edital e seus anexos, a CONTRATANTE, garantida a prévia defesa em processo administrativo específico, poderá aplicar à(s) Empresa(s) a ser(em) CONTRATADA(S) as seguintes sanções:

- a) Advertência;
- b) Multa, de até 5% (cinco) sobre o valor total do Contrato, a critério da CONTRATANTE, levando-se em conta o prejuízo causado, devidamente fundamentado, devendo ser recolhida no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis a contar da notificação;
- c) Suspensão temporária da participação em licitações e impedimento de contratar com a Administração Pública pelo prazo de até 03 (três) anos;
- d) Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública enquanto perdurem os motivos determinadores da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a Autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que o contratado ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada com base na letra anterior;
- e) Multa de mora de até 1,00% (um por cento) do valor mensal relativo ao faturamento do mês da infração, por dia de atraso, na implantação ou execução dos serviços, tudo conforme apuração em procedimento administrativo.

18.3 Para a aplicação das penalidades, deverá ser observado:

- a) A autuação deverá acontecer tão logo se verifique a ocorrência, restando à(s) Contratada(s), o prazo de 10 (dez) dias úteis para a apresentação da defesa no que lhe achar pertinente, após o recebimento da notificação;
- b) Decorrido o prazo de defesa sem que a(s) CONTRATADA(S) se pronuncie(m) ou se a ocorrência for considerada procedente, a(s) mesma(s) será notificada(s) que o valor devido será deduzido da primeira fatura a ser apresentada;
- c) As infrações serão consideradas reincidentes se, no prazo de 07 (sete) dias corridos a contar da notificação da ocorrência, a(s) CONTRATADA(S) cometer(m) a mesma ou outra infração, cabendo-lhe(s), neste caso, a aplicação EM DOBRO das multas correspondentes, sem prejuízo das outras penalidades;

19. DA IMPUGNAÇÃO OU ESCLARECIMENTO SOBRE O ATO CONVOCATÓRIO E RECURSOS

19.1 Os interessados que desejarem quaisquer esclarecimentos, providências ou impugnação do texto editalício deverão fazê-lo por escrito, até o 3º dia útil anterior à data prevista para a entrega dos envelopes, no horário das 08h00min às 14h00min, na sede da CPL.

19.2 Qualquer pedido de esclarecimento em relação a eventuais dúvidas no texto do presente Edital e/ou seus Anexos, deverá ser encaminhado, por escrito, à(o) Agente de Contratação/Presidente da Comissão Permanente de Licitação da Prefeitura do Ipojuca, ou por meio dos telefones constantes do rodapé.

19.3 Qualquer impugnação ao texto editalício deverá ser encaminhado, por escrito, à(o) Agente de Contratação/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;

19.4 Todo cidadão é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade, em até 3 (três) úteis dias antes da data de recebimento dos envelopes. Qualquer pedido de impugnação por pessoa jurídica, deverá ser protocolizado até 3 (três) dias úteis antes da data da abertura do certame, de segunda a sexta-feira, das 08h00min às 14h00min, na Comissão Permanente de Licitação, localizada na Rua Coronel João Souza Leão, s/Nº, 1º andar, Ipojuca – PE.

19.4.1 A impugnação feita tempestivamente pela licitante não a impedirá de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

19.5 Eventuais recursos referentes a presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de três 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.

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

19.6 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 14.133/21 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.

19.6.1 O recurso será dirigido à Autoridade Superior, por intermédio da que praticou o ato recorrido, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 05 (cinco) dias úteis ou, nesse mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente, informado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados do recebimento do recurso.

19.6.2 Os recursos interpostos devem ser protocolizados na sala da CPL, em dias úteis de segunda a sexta-feira, na Comissão Permanente de Licitação no horário das 08h00min às 14h00min, localizada na Rua Coronel João Souza Leão, S/Nº, 1º andar, Centro, Ipojuca – PE

19.6.3 Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal ou subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante legal da licitante.

19.6.4 Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos ou impugnações até o seu término, vista ao processo desta concorrência, em local e horário a ser indicado pela CPL.

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

19.7 Faculta-se aos licitantes a interposição de recursos nos termos e prazos do art. 164 da lei 14.133/21 e alterações, conforme a seguir:

19.7.1 Interposição de recurso, no prazo de 03 (três) dias úteis, contados a partir da intimação do ato ou da lavratura da ata pela Comissão Permanente de Licitações.

19.8 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.

19.8.1 Os recursos das decisões referentes ao julgamento das propostas técnicas e de preços ou ao julgamento da documentação terão efeito suspensivo, podendo a CPL- motivadamente e se houver interesse para a Prefeitura Municipal do Ipojuca, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

20. DA ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO

20.1 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.

21. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

21.1 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.

21.2 É competente o Foro da Comarca do Ipojuca, para discussões de litígio decorrentes da presente Licitação, com renúncia de qualquer outro, ainda que mais privilegiado.

21.3 Este Edital e seus elementos constitutivos poderão ser obtidos, gratuitamente, diariamente das 08h00min às 14h00min, na Comissão Permanente de Licitação, localizada Rua Coronel João Souza Leão, s/Nº 1º andar, Centro, Ipojuca – PE, mediante permuta de 01 (um) CD ou através do correio eletrônico: licitacao2.0ipojuca@gmail.com, após solicitação formal ou ainda no sítio www.ipojuca.pe.gov.br / portal da transparência / e-transparência / licitações / editais em andamento.

21.4 Fazem parte deste Edital os seguintes anexos:

ANEXO I – Termo de Referência;

ANEXO II – Briefing;

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

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

ANEXO IV – Modelo de Carta de Apresentação de Documentos de Habilitação;

ANEXO V – Modelo de Declaração de Cumprimento do disposto no Art. 7º, Inciso XXXIII da Constituição Federal;

ANEXO VI – Proposta de Preços e Valoração;

ANEXO VII – Modelo de Declaração de Inexistência de Fato Superveniente;

ANEXO VIII – Declaração de Elaboração Independente de Proposta.

ANEXO IX – Modelo de Declaração de Inexistência de Vínculo Empregatício.

ANEXO X – Minuta de Contrato

ANEXO XI – Estudo Técnico Preliminar

21.5 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.

21.6 O resultado do presente certame será divulgado no Diário Oficial do Estado de Pernambuco, através do sítio www.cepe.com.br, bem como os demais atos pertinentes a esta licitação, passíveis de divulgação.

21.7 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.

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

21.9 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 MUNICIPAL DO IPOJUCA.

21.10 A licitação poderá ser revogada ou anulada, nos termos previstos na Lei Federal nº. 14.133/21 e alterações;

21.11 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;

21.12 O vencedor desta licitação deverá durante a execução contratual, manter as condições de habilitação apresentada na licitação.

21.13 Para dirimir quaisquer questões decorrentes desta licitação, não resolvidas na esfera administrativa, será competente o foro da Comarca do Ipojuca.

21.14 Todos os elementos fornecidos pela Secretaria Especial de Comunicação, que integram o presente Edital e seus anexos, são complementares entre si. Qualquer detalhe que se mencione em um e se omita em outro, será considerado como especificado e válido.

21.15 A CPL no interesse público poderá relevar omissões puramente formais, desde que não reste infringido o princípio da vinculação ao instrumento convocatório.

21.16 É facultada à CPL ou à Autoridade Superior, em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar no ato da sessão pública.

21.17 A licitação não implica proposta de Contrato por parte da Prefeitura Municipal do Ipojuca. Até a entrega da Nota de Empenho, poderá o licitante vencedor ser excluído da licitação, sem direito a indenização ou ressarcimento e sem prejuízo de outras sanções cabíveis, se a Prefeitura Municipal do Ipojuca tiver conhecimento de qualquer fato ou circunstância superveniente, anterior ou posterior ao julgamento desta licitação, que desabone sua idoneidade ou capacidade financeira, técnica ou administrativa.

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

21.18 Os licitantes assumem todos os custos de preparação e apresentação de suas propostas e a Prefeitura Municipal do Ipojuca não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

21.19 Os proponentes são responsáveis pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação.

21.20 Não havendo expediente ou ocorrendo qualquer fato superveniente que impeça a realização do certame na data marcada, a reunião será automaticamente transferida para o primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário e local estabelecidos, neste Edital, desde que não haja comunicação da CPL em contrário.

21.21 Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital e seus Anexos, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento. Só se iniciam e vencem os prazos em dias de expediente no órgão ou entidade.

21.22 O desatendimento de exigências formais não essenciais não importará no afastamento do licitante, desde que seja possível a aferição, pela CPL da sua qualificação e a exata compreensão das propostas, durante a realização do certame.

21.23 A apresentação das propostas implicará pleno conhecimento e aceitação, por parte do licitante, das condições estabelecidas neste Edital e seus Anexos.

21.24 As dúvidas quanto à interpretação dos termos deste Edital e de seus anexos, bem como qualquer incorreção ou discrepância neles encontrados deverão ser apontadas e encaminhadas à CPL, por escrito, até 2 (dois) dias úteis antes da data de entrega das propostas, no endereço citado no preâmbulo deste Edital, de segunda a sexta-feira, das 08h00min às 14h00min. O não cumprimento do disposto neste subitem sujeita os licitantes à exclusiva interpretação da Comissão supra, por ocasião do julgamento das propostas e da documentação de habilitação, ou durante a vigência do contrato.

21.25 As dúvidas a serem dirimidas por telefone serão somente aquelas de ordem estritamente informal.

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

21.27 A inadimplência do licitante, com referência aos encargos, não transfere a responsabilidade por seu pagamento à Prefeitura Municipal do Ipojuca, 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 Municipal do Ipojuca.

21.28 A CPL, se achar conveniente, poderá divulgar orientação a respeito de condições desta Concorrência e outros assuntos relacionados ao presente processo licitatório, através de ofício e/ou e-mail, enviados aos licitantes que adquiriram este Edital mediante protocolo de recebimento, independentemente de solicitação por parte destes.

22. DOS CASOS OMISSOS

22.1 Os casos omissos neste Edital serão resolvidos nos termos da Lei nº 14.133 de 2021 e alterações, 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.

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

23. DO FORO

23.1 Quaisquer dúvidas ou controvérsias oriundas da execução desta licitação serão dirimidas no Foro da Cidade do Ipojuca, com exclusão de qualquer outro por mais privilegiado que seja.

Ipojuca, 5 de setembro de 2024.

Uyapuran Torres Medeiros Filho
Secretário Especial de Comunicação

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

ANEXO I

TERMO DE REFERÊNCIA

OBJETO: Contratação de serviços de publicidade e propaganda, planejamento de comunicação e marketing a serem prestados por agência de publicidade e propaganda, para atender demandas da Prefeitura Municipal do Ipojuca.

ÓRGÃO REQUISITANTE: Secretaria Especial de Comunicação

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 Municipal do Ipojuca.

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 Municipal do Ipojuca, com a interveniência da Secretaria Especial de Comunicação.

2. OBJETO

2.1. Constitui objeto do presente Termo de Referência a contratação de serviços de publicidade e propaganda, planejamento de comunicação e marketing a serem prestados por agência de publicidade e propaganda, para atender demandas da Prefeitura Municipal do Ipojuca, de acordo com o Projeto Básico (ANEXO I) e briefing (ANEXO 2), conforme discriminação a seguir:

LOTE	DISCRIMINAÇÃO DOS SERVIÇOS	VALOR (R\$)
LOTE 1	PUBLICIDADE INSTITUCIONAL E DIVULGAÇÃO DAS AÇÕES DESENVOLVIDAS PELA ADMINISTRAÇÃO DIRETA E INDIRETA DO MUNICÍPIO.	R\$ 9.000.000,00 (nove milhões de reais)

2.2. Os serviços devem observar o caráter educativo, informativo e de orientação social, de acordo com o Briefing — anexo.

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

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

3. VALOR GLOBAL

O valor global da contratação é de R\$ 9.000.000,00 (nove milhões de reais) anuais.

4. DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

4.1. Os créditos orçamentários para a realização dos serviços objeto desta licitação correrão por conta da seguinte dotação orçamentária:

Comunicação e Publicidade Institucional da Prefeitura Municipal do Ipojuca — Elemento de Despesa 3.3.90.39 — Outros Serviços de Terceiros — Pessoa Jurídica.

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

5. PRAZO DE VIGÊNCIA DO CONTRATO

O contrato terá prazo de vigência de 5 (cinco) anos, podendo ser prorrogado até o prazo máximo de 10 anos, conforme art. 106 e 107 da Lei 14.133/2021.

6. PRAZO PARA ASSINATURA DO CONTRATO

6.1. O contrato será assinado no prazo de até 10 (dez) dias úteis, contados da data da notificação, sob pena de decair o direito à contratação, sem prejuízo das penalidades previstas na Lei nº 14.133/2021 e alterações.

7. VALIDADE DA PROPOSTA

7.1. O prazo de validade da proposta é de 60 (sessenta) dias consecutivos, contados da data da sessão pública estipulada para entrega dos envelopes à Comissão Permanente de Licitação (CPL).

8. PRAZO E CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

8.1. O pagamento dos serviços prestados será efetuado pela Prefeitura Municipal do Ipojuca, no prazo de até 30 (trinta) dias contados da data da apresentação da nota fiscal/fatura dos serviços realizados, devidamente autorizados e atestados pelo gestor da contratação;

8.2. 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;
- b) Honorários (em percentual) de até 15% (quinze por cento), conforme constante na proposta, a serem cobrados da Prefeitura Municipal do Ipojuca, incidente sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada.

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

8.4. 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.

8.5. A CONTRATADA reverterá à Prefeitura Municipal do Ipojuca, 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.

8.6. 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.

8.7. 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).

8.8. 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).

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

9. REQUISITOS PARA HABILITAÇÃO

9.1. Habilitação jurídica, qualificação técnica, qualificação econômico-financeira, regularidade fiscal, declaração do cumprimento do disposto no Inciso XXXIII, do Art. 7º da Constituição Federal, conforme dispuser o Edital de licitação;

9.1.1. Comprovação de capital social mínimo ou patrimônio líquido de 5% (cinco por cento) do valor global, que deverá ser realizada mediante apresentação do Balanço Patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, ou alteração de contrato social ou estatuto social que comprove aumento de capital, registrada na Junta Comercial ou Cartório de Registro Civil ou equivalente, em data anterior àquela estabelecida para a abertura dos Envelopes de Habilitação.

9.1.2. Para qualificação técnica será(ão) exigido(s) atestado(s) de capacidade técnica, relação de aparelhamento técnico, relação de pessoal e Certificado do CENP e/ou Sinapro nacional ou da sede da licitante e/ou ABAP-PE.

10. PROPOSTA TÉCNICA

10.1. Composição Geral da Proposta Técnica

10.1.1. As licitantes deverão apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir, cujos conteúdos serão alocados em envelopes distintos, conforme poderá ser observado no quadro abaixo:

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

10.1.2. A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

10.1.3. Para atender os parâmetros estabelecidos na Lei Federal 12.232/2010 que regula este tipo de licitação, os conteúdos do “Plano de Comunicação Publicitária” serão apresentados em dois envelopes distintos, envelope nº 1 não identificado e envelope nº 2 identificado.

10.1.4. Mesmo compondo parte da nota da Proposta, os itens II, III e IV, conforme permite legislação em vigor, serão apresentados em envelope distinto dos demais, sendo avaliados pela Subcomissão técnica em separado do Plano de Comunicação Publicitária.

10.2. Composição do Plano de Comunicação Publicitária – Via NÃO IDENTIFICADA

10.2.1. A Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária deverá ser apresentada na forma de volume e tem como princípio obedecer de forma estrita às recomendações constantes na Lei 12.232/2010 que determina, em seu art. 6º, a restrição de identificação dos concorrentes no processo de avaliação por parte da Comissão Técnica. Isto posto, determina-se às candidatas a apresentação deste volume estritamente dentro das seguintes normativas técnicas:

- a) Em papel A4 branco, com 75 g/m²;
 - I. não deverão ser usadas sobrecapas em plástico, acetato ou qualquer outro material;
- b) Conteúdo impresso em papel A4, tipo offset ou equivalente, branco, com 75 g/m², orientação retrato;

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

- c) Espaçamento de 2 cm nas margens direita, esquerda, superior e inferior, a partir da borda;
- d) Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos (não é permitido indentar os parágrafos);
- e) Espaçamento “simples” entre as linhas e entre parágrafos;
- f) Alinhamento justificado do texto;
- g) Texto e numeração de páginas em fonte “arial”, cor “automático”, tamanho “12 pontos”, sem prejuízos das exceções dispostas nos subitens 11.2.3, 11.2.4 e 11.2.5;
- h) Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da folha;
- i) Sem identificação da licitante.
- j) Não serão permitidas notas de rodapé no corpo do texto a nenhum título, exceto como adjuvante dos gráficos e tabelas, nos itens em que estes gráficos e tabelas forem expressamente permitidos.

10.2.2. As especificações do subitem 10.2.1 não se aplicam às peças e material de que trata as alíneas do subitem 10.2.5.

10.2.3. Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráfico e ou tabela, observadas as seguintes regras:

- a) Os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;
- b) Para os dados e informações dos quadros e ou tabelas recomenda-se edição na fonte “arial”, preferencialmente em estilo “normal”, cor “automático”, tamanho “10 pontos”;
- c) Apenas as páginas **em que estiverem inseridos os gráficos e ou tabelas** poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem.

10.2.4. O papel A3 será computado duas folhas de papel A4, respeitadas as margens previstas nas laterais das páginas.

10.2.5. Os gráficos, tabelas e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia, poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores.

- a) Apenas as páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado.

10.2.6. Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno do Plano de Comunicação Publicitária, apesar de integrarem o mesmo envelope.

- a) Esses exemplos devem se adequar às dimensões do Envelope nº 1, cabendo à licitante atentar para as demais exigências deste termo de referência, em particular as que destacam a necessidade de não identificação das concorrentes antes dos envelopes de cotejamento.
- b) Não é permitido que as peças não sejam coladas em pranchas ou similares que possam determinar a identidade da licitante, nem o uso de *pass-partout* ou assemelhados.
- c) **Quando impressas, as peças devem usar o padrão de gramatura de papel proposto (75 gr/m²)**, além de respeitar a sugestão de exposição em folha que, quando dobrada e fechada, mantenha o formato A4 de forma a permitir sua inserção e manuseio no invólucro padrão sem maiores transtornos à comissão técnica.

10.2.7. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da Ideia Criativa estão limitados, **no conjunto, a 10 páginas**.

10.2.8. Os textos e anexos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.

- a) Para fins desta concorrência, consideram-se como “Não Mídia” os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagens publicitárias.

10.2.9. Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar as etapas do Plano de Comunicação Publicitária

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

— Via Não Identificada e seus subquesitos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia. Não há necessidade de lançar nessas páginas os subitens deste termo de referência a que correspondem o quesito nem os textos expressos nesses subitens.

- a) Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 10.2.1, no que couber;
- b) Essas páginas, por não conterem conteúdo avaliatório, não contam no cômputo de páginas explicitado no subitem 10.2.7 deste Termo de Referência, não devendo ser numeradas quando utilizadas.

10.2.10. O Plano de Comunicação Publicitária — Via Não Identificada, composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser elaborado com base no Briefing anexos a este TR, observadas as seguintes disposições e os elementos particulares:

10.2.10.1. Raciocínio Básico: composto de um texto, em que o licitante demonstrará sua compreensão sobre as ações de comunicação publicitária a cargo da Prefeitura Municipal do Ipojuca e o contexto de atuação e sua população (dados sociodemográficos) no estado e região. O texto deverá contemplar:

- a) Diagnóstico e interpretação dos desafios e problemas de comunicação do briefing introduzindo o trabalho da candidata;
- b) Considerações de público-alvo da Prefeitura Municipal do Ipojuca e da campanha em específico tratada no briefing;
- c) Premissas básicas para o desenvolvimento da estratégia de comunicação que será desenvolvida pela agência candidata nos itens que virão a seguir deste.

10.2.10.2 Estratégia de Comunicação Publicitária: Derivado diretamente das considerações já apresentadas no item anterior, se constitui de apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir os desafios e problemas - geral e específicos - de comunicação a serem enfrentados e alcançar os objetivos previstos no Briefing, compreendendo:

- a) Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária, partindo do tema-chave proposto no briefing, descartando soluções eventualmente consideradas inicialmente na estratégia da licitante;
 - I – A tradução do partido temático desenvolvida pela licitante, bem como seus desdobramentos e descarte de opções devem ser claramente expressos no texto.
- b) Explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, no que destacamos:
 - I. - Definições sobre o comportamento dos públicos da campanha, formulando hipóteses e diagnósticos;
 - II. - Definições sobre o conteúdo que deve estar inserido na campanha, em particular sobre o conteúdo e forma de abordar o público definido, norteados os itens que serão corporificadas nas peças da relação presente na ideia criativa;
 - III. - Desdobramentos posteriores da campanha, determinando como esta abordagem gerará longevidade a campanha; Definições temporais sobre o período correto de realizar a campanha, diante das diretrizes presentes;
 - IV. - Definições relativas ao modo de realizar a estratégia de campanha, em particular, diretrizes gerais sobre os suportes midiáticos, instrumentos ou ferramentas que serão utilizados e razões que suportam essas diretrizes.

10.2.10.3 Ideia Criativa: apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

- a) Apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto neste Termo de Referência, com comentários sobre a construção criativa de cada peça e/ou material, podendo ser em texto corrido ou tópicos, a critério dos licitantes;
- b) Da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária. As peças exemplificadas devem estar indicadas de forma clara no texto descrito na alínea anterior.
- c) Os comentários mencionados neste Termo de Referência estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material e a sua detalhada especificação no caso das peças não corporificadas que eventualmente irão compor a campanha;

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

- d) Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea “b” do subitem 10.2.10.3 estão limitados a **10 (dez)**, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material, podendo ser apresentados sob qualquer forma impressa — desde roteiro, *layout* e ou *storyboard* impressos, para qualquer meio; descritivos e gráficos impressos para protótipo; detalhamento impresso de roteiros para realização de peças destinadas a rádio e internet;
- I. Todos os exemplos devem ser apresentados exclusivamente em substrato papel, conforme demais normativas do certame.
 - II. Se a campanha proposta pela licitante prever número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado na forma “exemplificada”, a relação prevista deverá ser elaborada em duas etapas (de texto ou de tópicos, conforme escolha da licitante): um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante que não será exemplificado.
 - III. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, sem suporte e/ou *passe-partout*. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 podem ser dobradas.
 - IV. Cada peça e ou material impresso deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, roteiro de filme TV, roteiro de spot para rádio, anúncio em revista, frames de banner para internet, etc.) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista neste TR.
- e) Para fins de cômputo das peças que podem apresentadas “exemplificadas”, devem ser observadas as seguintes regras:
- I. As reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
 - II. Cada peça apresentada como parte de um *kit* será computada no referido limite;
 - III. Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior — outdoor, envelopamento de veículos, adesivagem de *fingers* — entre outros), apenas será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única;
 - IV. Um hotsite e todas as suas páginas serão considerados uma peça;
 - V. Um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
 - VI. Um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
 - VII. Um hotsite cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao hotsite, será considerado apenas uma peça.

10.2.10.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:

- a) Texto de apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing anexo a este TR, sob a forma de textos, métricas, tabelas, gráficos e planilhas;
- b) Texto diagnóstico sobre os públicos da campanha contemplados, seu consumo de mídia e perfis embasados em pesquisas e dados fiáveis, servindo de apoio aos argumentos oferecidos, o que inclui gráficos e tabelas referentes a estes conteúdos;
- c) Texto com considerações detalhadas sobre as táticas de mídia propostas e números relativos ao alcance do plano proposto, permitindo a inclusão de tabelas e informações sobre as estratégias de *flight* propostas;
- d) Simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material destinados a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, métricas, tabelas, gráficos e planilhas que embasem as normativas técnicas utilizadas pelas candidatas para esta distribuição.
 - I - Todas as peças e material que integrarem a relação comentada da Ideia Criativa deverão constar dessa simulação, com seus respectivos períodos de distribuição das peças e ou material e quantidades de inserção destes materiais e custos pertinentes, aí incluídas as peças não apresentadas como exemplos, mas igualmente consideradas como necessárias ao desenvolvimento da estratégia;
- e) Resumo geral com informações sobre, ao menos:
 - I. - Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

por meios;

- II. - Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
 - III. - Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia com as respectivas quantidades a serem produzidas;
 - IV. - Demais valores (absolutos e percentuais) que incluam o orçamento do exercício, inclusive custos de pesquisa e eventuais reservas técnicas designadas.
- f) Quanto aos valores desta simulação, devem ser observados que os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser considerados os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- I. - Deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
 - II. - Não será necessário especificar os custos internos e honorários sobre serviços de fornecedores.

10.3. Composição do Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

10.3.1. O Plano de Comunicação Publicitária — Via Identificada, constitui-se do mesmo conteúdo da via não identificada, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa, com a identificação da licitante. Deve ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado, uma vez que não tem como propósito nenhum tipo de avaliação técnica, sendo apenas referência para cotejamento dos conteúdos no momento final da avaliação desta etapa do certame.

10.3.1.1. Uma vez que se trata do volume de cotejamento, que apenas será aberto em etapa pertinente do processo, **é facultado** às licitantes o uso de **papel timbrado exclusivamente** na via identificada.

10.3.1.2. Pelas mesmas razões anteriores, exclusivamente na via identificada é facultado o uso de sobrecapas plásticas e de outros materiais com a identidade da licitante.

10.4. Composição do Caderno Texto da Capacidade de Atendimento

10.4.1. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico e distinto do Plano de Comunicação Publicitária, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte "arial", tamanho "12 pontos", em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

- a) Qualquer página com os documentos e informações aqui previstos, poderão ser editados em papel A3 dobrado.
- b) Os documentos e informações e o caderno específico aqui mencionados, não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária — Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope nº 2.
- c) **Não há limitação** de número de páginas para apresentação do conteúdo do caderno da Capacidade de Atendimento.

10.4.2. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará:

Texto que traga em tópicos ou dissertativamente relação nominal dos principais clientes já atendidos pela empresa licitante, preferencialmente com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

- a) A quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se todas as áreas fundamentais: estudo/planejamento; criação; produção de rádio; produção em TV e internet; produção gráfica; mídia e atendimento e tipo de disponibilidade destes funcionários;
 - I. - não é necessária rubrica ou autenticação destes currículos resumidos por parte dos profissionais, atentando a concorrente ao observado nas cláusulas contratuais sobre equipe disponível para a eia;
 - II. - não é necessário currículo resumido dos profissionais que não integrem as áreas técnicas da agência, tais como de áreas administrativas.

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

- III. - A avaliação se dará de forma exclusiva junto aos profissionais listados e propostos, sendo sua substituição permitida as vencedoras nos termos da legislação vigente e mediante expressa aprovação da Prefeitura Municipal do Ipojuca.
- c) As instalações, a infraestrutura física, infraestrutura de TI (software e hardware), segurança e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
- d) A sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha, na elaboração de plano de mídia e fluxo de trabalho que será obedecido pela agência para desenvolvimento de suas atividades;
- I. No caso dos prazos recomenda-se uma tabela que facilite a visualização dos prazos normais, sem prejuízo de outras escolhas de apresentação de prazos desde que claros e precisos;
- II. Devem ser especificados ao menos os prazos (mínimo e máximo) para:
- a. Criação de peças avulsas (gráficas);
- b. Criação de peças avulsas (roteiros para meios eletrônicos);
- c. Criação de Campanhas;
- d. Elaboração de plano de mídia;
- e. Alterações de peças desenvolvidas para a Prefeitura Municipal do Ipojuca.
- e) A discriminação detalhada das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência, dos periódicos assinados e da(s) auditoria(s) de circulação e controle de mídia (com suas respectivas abrangências) que colocará regularmente à disposição da Prefeitura Municipal do Ipojuca, sem ônus adicionais, na vigência do contrato considerando como elementos básicos os exigidos na legislação em vigor e em conformidade com o CENP (*Conselho Executivo de Normas Padrão*).

10.5. Composição do Caderno de Repertório

10.5.1. A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte "arial", tamanho "12 pontos", em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

- a) Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 13.7 poderá ser editada em papel A3 dobrado.
- b) Os documentos e informações e o caderno específico mencionado no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária — Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.
- c) Não há limitação de número de páginas para o conteúdo do caderno de apresentação do Repertório.

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

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

10.5.2.1. Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica e texto resumo com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de, pelo menos, um veículo que divulgou cada peça e outras questões pertinentes a alocação de verba, quando recomendável.

10.5.2.2. Serão vedados os trabalhos que tiverem qualquer referência direta ou indireta a Prefeitura Municipal do Ipojuca, mesmo que em regime de parceria com outros anunciantes.

10.5.2.3. As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 01.01.2006.

- a) As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD ou ainda pendrive, executável em qualquer computador com sistema operacional windows.

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

- b) Qualquer problema técnico referente a mídia apresentada pelas candidatas poderá ter reflexo direto na nota da concorrente e é de sua total e exclusiva responsabilidade.
- c) Deve existir no volume local adequado para comportar tanto os DVDs/CDs quanto os pendrives, facilitando o manuseio e identificação destes conteúdos pela comissão específica de julgamento.
- d) As peças gráficas poderão ser apresentadas em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.
- e) Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não, desde que caibam no invólucro adequado.
- f) Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 10.5.2.1, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista para o item.

10.6. Composição do Caderno com o Relato de Soluções de Problemas de Comunicação

10.6.1. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte "arial", tamanho "12 pontos", em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

- a) Qualquer página com os documentos e informações previstos poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 10.6.2, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.
- b) Os documentos e informações e o caderno específico, mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária — Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

10.6.2. A licitante deverá apresentar 1 (um) Relato de Soluções de Problemas de Comunicação, sendo seu texto explicativo com o máximo de 3 (três) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de um problema de comunicação resolvido, planejado e proposto por ela e implementado para um de seus clientes.

- a) A proposta de que trata o Relato de Comunicação Publicitária deve ter sido implementada a partir de 01 de janeiro de 2006.
- b) O relato deverá estar formalmente referendado pelos respectivos clientes e não pode se referir a ações de comunicação solicitadas e ou aprovadas pela Prefeitura Municipal do Ipojuca, mesmo que indiretamente.
 - I. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário.
- c) Todas as páginas do relato devem estar rubricadas pelo autor do referendo e a assinatura deve ser autenticada na última folha do relato.

10.6.3. É facultada a inclusão de até 3 peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para este Relato. Se incluídas:

- a) As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pendrive* executável em qualquer computador com sistema operacional Windows ou ainda em unidade de memória do tipo flash acessível por porta *usb* (*pendrive*);
- b) As peças gráficas poderão integrar este caderno específico, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;
 - I. Se apresentadas soltas, as peças gráficas poderão ter qualquer formato, dobradas ou não, desde que facilmente acondicionáveis em seu invólucro adequado;
 - II. As peças incluídas não terão suas páginas computadas nos limites do relato definidos anteriormente;
- c) Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a identificação das peças e detalhes de concepção criativa, quando pertinente.

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

10.6.4. A apresentação dos volumes de avaliação técnica que não compõem o Plano de Comunicação Publicitária serão acondicionados no Envelope de número “3”, devem ser feitas, necessariamente, em três volumes distintos, conforme já determinado nos itens 10.4, 10.5 e 10.6 deste Termo de Referência.

- a) Apesar de os conteúdos deste envelope terem maior liberdade de formatação, recomenda-se às licitantes, sempre que possível, o uso de formatação padronizada e volumes que facilitem o manuseio da comissão de avaliação.
- b) O uso de caixas e lâminas soltas dos volumes é permitido, mas desencorajado, exatamente por dificultarem o transporte, manuseio e avaliação, não sendo esta embalagem em nenhuma instância objeto de avaliação criativa, conforme critérios claramente definidos neste TR.
- c) Os volumes encadernados devem se valer de espirais capazes de, facilmente, permitirem a passagem das folhas de seus conteúdos, evitando o desgaste em seu trato por parte dos avaliadores.

11. REQUISITOS DA PROPOSTA DE PREÇOS

11.1. A proposta de preços (**Envelope 4**), devidamente assinada pelo proponente ou seu representante legal, redigida em português, de forma clara, sem emendas, rasuras ou entrelinhas nos campos que envolverem valores, quantidades e prazos, deverá ser elaborada, considerando as condições estabelecidas neste TR e seus anexos.

- a) Carta de Apresentação da Proposta de Preços, conforme a ser fornecido no Edital do Certame;
- 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.

11.2. A Proposta de Preço:

11.2.1. Itens sujeitos a valoração, contendo as informações constantes do modelo a ser fornecido **no Edital do Certame**, indicando os percentuais em algarismos e por extenso, com os seguintes dados:

- a) Percentual de desconto a ser concedido à Prefeitura Municipal do Ipojuca sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco;
- b) Honorários (em percentual) de até 15% (quinze por cento), a serem cobrados da Prefeitura Municipal do Ipojuca, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da(s) contratada(s).

11.2.2. Política de negociação:

- a) De preços e condições de pagamento junto aos fornecedores e veículos, especialmente em relação a descontos;
- b) De preços a serem pagos pelo licitante 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.

11.2.3. 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), a cessão durante a vigência do contrato, dos direitos patrimoniais de uso à Prefeitura Municipal do Ipojuca;
- b) Para os direitos de imagem (atores e modelos) e de obras artísticas preexistentes (ou de sua reprodução), o licenciamento de uso durante o prazo de duração do contrato, com a definição de um percentual de até 30% do cachê original ou da licença original de uso, conforme o caso;
- c) O 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, inclusos nesses orçamentos.

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

11.2.4. Declaração assinada pelo titular da licitante ou seu procurador legalmente designado, se comprometendo a repassar à Prefeitura Municipal do Ipojuca, todas as vantagens (pecuniárias ou não) obtidas nas negociações de preço com os veículos de comunicação e demais fornecedores e prestadores de serviços;

11.2.5. Declaração assinada pelo titular da licitante ou seu procurador legalmente designado, de que reverterá à Prefeitura Municipal do Ipojuca, 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 TR, 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 CPL efetuará as retificações e considerará, para efeito de julgamento, o valor com as retificações efetuadas;

11.3. 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.

12. PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

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

Raciocínio Básico: máximo de 10 (dez) pontos		
Subcritério	Elementos avaliativos	Pontuação
a)	A apresentação de conteúdo que comprove a compreensão do objeto da licitação (sua natureza e extensão);	01 ponto
b)	A compreensão da missão da Prefeitura Municipal do Ipojuca dentro do contexto sociopolítico-econômico;	02 pontos
c)	A compreensão das atividades das secretarias regularmente implantadas e que tenham interfaces junto à população do Município;	01 ponto
d)	A compreensão dos problemas e desafios de comunicação descritos no briefing anexo a este edital.	02 pontos
e)	A demonstração de soluções de comunicação adequadas para enfrentar os problemas e desafios de comunicação descritos no briefing anexo a este edital.	04 pontos

Estratégia de Comunicação Publicitária: máximo de 20 (vinte) pontos		
Subcritério	Elementos avaliativos	Pontuação
a)	A adequação do tema da proposta aos problemas e desafios apresentados no briefing anexo a este edital;	02 pontos
b)	A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do tema. Esta argumentação deve conter as justificativas estratégicas e de conhecimento da realidade do município que levaram ao desenvolvimento do tema;	03 pontos

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

c)	A adequação da estratégia de comunicação apresentada aos problemas e desafios apresentados no briefing anexo a este edital;	02 pontos
d)	A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação retratada e das táticas derivadas desta estratégia;	03 pontos
e)	O desdobramento dos resultados esperados a partir da eventual implantação da campanha proposta pela concorrente;	02 pontos
f)	A viabilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta como solução aos problemas e desafios propostos conforme briefing em anexo;	02 pontos
g)	A escolha adequada dos pontos de contato para atingir os diversos públicos referenciados no briefing em anexo;	03 pontos
h)	As referências estratégicas capazes de justificar os pontos fundamentais do plano de comunicação em relação: a) à questões de público (quantitativas e comportamentais) b) à forma c) à temporalidade (períodos e justificativas) d) aos meios utilizados	03 pontos

Ideia Criativa: máximo de 21 (vinte e um) pontos		
Subcritério	Elementos avaliativos	Pontuação
a)	A separação clara e precisa das peças que devem integrar a estratégia proposta, das peças que são apresentadas como anexos, que não foram listadas por excederem os limites previstos neste edital para tangibilização (apresentação física como exemplo);	02 pontos
b)	A sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;	02 pontos
c)	A sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;	02 pontos
d)	A ausência da possibilidade de interpretações e conotações negativas, intencionais ou não;	01 ponto
e)	A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;	02 pontos
f)	A unidade entre as peças que compõem a campanha, considerando as especificidades de cada uma das propostas;	01 ponto
g)	A simplicidade da forma sob a qual se apresenta, bem como sua capacidade de síntese;	01 ponto
h)	A sua pertinência às atividades da comunicação de utilidade pública da Prefeitura Municipal do Ipojuca;	01 ponto
i)	A adequação aos contextos social, político e econômico de atuação da Prefeitura;	02 pontos
j)	Os desdobramentos comunicativos que deseja apresentar conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ ou material apresentados e em suas	02 pontos

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

	descrições estratégicas;	
k)	A viabilidade das peças e/ou do material e sua composição imagética e de conteúdo;	02 pontos
l)	A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos substratos midiáticos ;	01 ponto
m)	A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos públicos propostos.;	02 pontos

Estratégia de Mídia e Não Mídia: máximo de 14 (quatorze) pontos		
Subcritério	Elementos avaliativos	Pontuação
a)	O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários constantes no briefing e seus desdobramentos de target;	02 pontos
b)	A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos (tanto demográficos quanto comportamentais) adequadas a cada um dos meios, bem como uso de fontes confiáveis;	01 ponto
c)	A consistência do plano de mídia e dos materiais em relação às duas alíneas anteriores;	02 pontos
d)	A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura Municipal do Ipojuca;	02 pontos
e)	A proporcionalidade na distribuição dos recursos, em particular o uso equilibrado entre cada um dos meios;	01 ponto
f)	A proporcionalidade na distribuição dos recursos, em particular o uso equilibrado entre produção e mídia;	01 ponto
g)	A comprovação de métricas que justifiquem as mídias escolhidas;	01 ponto
h)	A presença e otimização das táticas de mídia segmentada, digital, alternativa e de massa;	01 ponto
i)	As táticas de <i>flight</i> propostas e detalhamento de frequência da mídia de forma global;	01 ponto
j)	A existência de gráficos e elementos descritivos claros, em valores percentuais e absolutos, capazes de resumir a proposta apresentada e sua proporcionalidade, facilitando o entendimento global e demonstrando apuro técnico na escolha dos canais.	02 pontos

Capacidade de Atendimento: máximo de 15 (quinze) pontos		
Subcritério	Elementos avaliativos	Pontuação
a)	A consonância da atual carteira (que deve estar claramente listada) com os problemas e desafios da Prefeitura Municipal do Ipojuca;	02 pontos
b)	A experiência e formação dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e de comunicação integrada claramente listados na proposta da licitante, excluídos os profissionais de suporte administrativo não ligados a	02 pontos

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

	questões técnicas de realização do objeto deste Edital;	
c)	A adequação das qualificações e da quantificação desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária institucional da Prefeitura do Ipojuca;	01 ponto
d)	A adequação das instalações, da infraestrutura (física e de tecnologia da informação) e dos recursos materiais e de segurança que estarão à disposição da execução do contrato (que devem estar claramente listados);	01 ponto
e)	A operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura Municipal do Ipojuca e a licitante, esquematizado na proposta, incluindo sistematização de reuniões e prazos de realização e alteração de peças, fluxos de trabalho, além das demais questões que explicitam o funcionamento deste relacionamento, tais como o trato das informações e segurança;	03 pontos
f)	A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia (que devem estar claramente listados) que a licitante colocará regularmente à disposição da Prefeitura Municipal do Ipojuca sem ônus adicional, durante a vigência do contrato, bem como dos periódicos assinados disponíveis para a equipe da concorrente;	02 pontos
g)	A existência de equipe dedicada e/ou exclusiva discriminada de forma específica para o trato da conta de comunicação institucional da Prefeitura Municipal do Ipojuca, bem como a definição técnica dos profissionais à disposição nesta condição.	04 pontos

Repertório : máximo de 10 (dez) pontos		
Subcritério	Elementos avaliativos	Pontuação
a)	A ideia criativa e sua pertinência que a licitante se propôs a resolver e ao segmento de atuação da Prefeitura Municipal do Ipojuca;	02 pontos
b)	A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material, evidenciada pelas dimensões técnicas de produção	02 pontos
c)	A construção criativa em cada um dos meios onde estas peças foram inseridas;	01 ponto
d)	A clareza da exposição das informações prestadas nas peças apresentadas;	01 ponto
e)	A clareza da exposição das informações prestadas no resumo apresentado;	01 ponto
f)	A viabilidade das soluções diante das verbas claramente propostas	02 pontos
g)	A diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação da Prefeitura Municipal do Ipojuca.	01 ponto

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

Relato de Soluções de Comunicação: máximo de 10 (dez) pontos		
Subcritério	Elementos avaliativos	Pontuação Máxima
a)	A evidência de planejamento publicitário de acordo com os cenários apresentados e as conclusões estratégicas a partir do briefing proposto pelo cliente do relato;	03 pontos
b)	A consistência das relações de causa e efeito entre problema inicial do caso de comunicação relatado e solução derivada proposta pela licitante;	02 pontos
c)	A relevância dos resultados apresentados a partir da solução de comunicação apresentada pela licitante e dela derivados, incluindo os elementos quantitativos claros capazes de ser aferidos;	03 pontos
d)	A concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso e sua capacidade de compreensão.	02 pontos

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

12.1.3. A nota será atribuída como 0,0 (zero) ponto ou a quantidade máxima de pontos indicada em cada quesito, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais.

12.1.4. A nota de cada quesito corresponderá à média aritmética das notas atribuídas por cada membro da Subcomissão Técnica, a qual deverá elaborar ata de julgamento dos quesitos e subquesitos da proposta técnica, bem como de planilhas com as pontuações e respectiva justificativa escrita das razões que fundamentaram tais pontuações em cada caso, de acordo com os incisos IV, V e VI do § 4º, art. 11 da Lei nº 12.232/2010.

12.1.5. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste TR e as exigências expressas da Legislação em vigor.

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

12.1.6. Será desclassificada a Proposta Técnica que:

- a) Não atender às exigências do Edital, do Termo de Referência e de seus anexos;
- b) Utilizem quaisquer elementos, critérios ou fator sigiloso, secreto, subjetivo ou reservado que possa ainda que indiretamente elidir o princípio da igualdade entre os licitantes;
- c) Ofertem vantagem não prevista no certame, inclusive financiamento subsidiado ou a fundo perdido, ou preço ou vantagem baseada nas ofertas dos demais licitantes;
- d) Não alcançar, no total, a nota mínima de 50 (cinquenta) pontos ou que obtiver pontuação 0,00 (zero) em quaisquer dos subquesitos ou quesitos.
- e) 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.

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

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

13. PONTUAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

13.1. Depois de verificado o cumprimento dos requisitos exigidos no certame 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:

Item	Desconto e Honorário	Nota
1	Desconto (em percentual) a ser concedido à Prefeitura Municipal do Ipojuca, sobre os custos internos, baseados na Tabela de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco.	. Desconto igual a 0,0% Nota = 0,00 . Desconto superior a 0,0%: Nota = 3,0 x Desconto Nota máxima: 60 pontos
2	Honorários (em percentual) a serem cobrados à Prefeitura Municipal do Ipojuca, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada. Percentual Máximo: 15%	I. Honorário igual a 15%: Nota = 0,00 II. Honorário inferior a 15% Nota = 8,0 x (15-honorário) Nota máxima: 40 pontos

13.2. 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.

13.3. Serão desclassificadas as propostas que deixarem de apresentar documentos ou apresentá-los em desacordo com as normas do certame, bem como aquelas com preços manifestamente inexequíveis, observando-se o disposto na Lei nº 14.133/2021 e alterações.

13.4. Não se admitirá proposta que apresente preços simbólicos, irrisórios, ou de valor zero, ou incompatíveis com os preços de mercado, observado o disposto na Lei nº 14.133/2021 e alterações.

14. CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS (NOTA FINAL)

14.1. 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:

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

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

14.3. A proposta classificada **em primeiro lugar**, com a maior nota final, será considerada vencedora do certame;

14.4. No caso de empate, a Comissão procederá ao sorteio, em sessão pública, nos termos da Lei nº 14.133/21 e alterações.

15. PRAZO E CONDIÇÕES DE ENTREGA / EXECUÇÃO DO OBJETO

15.1. O prazo para execução do objeto desta licitação será de 12 (doze) meses, contados a partir da data de assinatura do contrato, podendo ser prorrogado, conforme a legislação em vigor;

15.2. Na execução do objeto desta licitação não será permitida a prestação dos seguintes serviços: assessoria de imprensa, relações-públicas, organização de eventos e montagem de feiras e exposições;

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

15.4. 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 Especial de Comunicação, gerará Ordem de Execução de Serviços, onde constarão as 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;

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

15.5. 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 do Ipojuca.

15.6. Os serviços deverão ser executados pela **CONTRATADA** com o fornecimento de toda a 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 pela Secretaria Especial de Comunicação, **estando vedada a subcontratação de serviços afetos à criação/concepção das ações de publicidade.**

15.6.1. A contratada obrigar-se-á a apresentar no mínimo 3 (três) cotações de acordo com os preços praticados no mercado, como condição para cada subcontratação dos serviços de terceiros;

15.6.2. A contratada deverá comprovar a execução dos serviços subcontratados e arcar com os encargos de qualquer natureza deles decorrentes;

15.7. Os originais dos materiais desenvolvidos para a execução dos serviços (arte, fotolito, VT, filmes, etc.), em formato editável, ficarão sob a guarda da **CONTRATADA** e são propriedades da Prefeitura Municipal do Ipojuca, a qual poderá requisitar cópias dos originais para comprovação da prestação dos serviços e arquivo próprio. É vedada a transferência a agentes de qualquer espécie ou uso, além das finalidades solicitadas em plano de campanha específica. 16.8. As imagens brutas captadas ou compradas para realização de quaisquer produtos, durante o contrato, deverão ser cedidas à Prefeitura Municipal do Ipojuca.

16. DIREITOS AUTORAIS

16.1. 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;

16.2. 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, à Prefeitura Municipal do Ipojuca do uso das peças publicitárias e do material bruto;

16.3. 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;

16.4. 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**.

Uyapuran Torres Medeiros Filho.
Secretário Especial de Comunicação

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

ANEXO II

BRIEFING

OBJETO:

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 educacionais, turísticos, culturais e artísticos e ou marketing promocional, planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios de divulgação ou sobre o resultado das campanhas realizadas, além da criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação, para atender demandas da Prefeitura Municipal do Ipojuca, através da Secretaria Especial de Comunicação.

CONCEITO:

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

É importante destacar que as estratégias de Comunicação Integrada devem ser desenvolvidas não apenas em cada uma das secretarias do município, mas no trabalho desenvolvido por este como um todo. É missão das concorrentes, portanto, ter atuação decisiva no processo de desenvolvimento e de implementação de várias formas de programas de comunicação persuasivo com a população em geral e programas potenciais específicos que venham a surgir no decorrer da atividade com a PREFEITURA, incluindo comunicação para seu público interno, informativas, ambientais e turísticas.

OBJETIVO:

Ipojuca é um município com cerca de 100 mil habitantes, localizado na região metropolitana do Recife. Nos últimos anos, foram pavimentadas mais de 140 ruas e foram construídos mais de 21 mil metros quadrados de muro de arrimo.

A pavimentação de ruas e a construção de muros de arrimo desempenham papéis fundamentais no desenvolvimento urbano e na melhoria da qualidade de vida dos cidadãos. Para uma prefeitura, investir nesses aspectos não apenas promove a infraestrutura básica, mas também contribui para uma série de benefícios sociais, econômicos e ambientais.

A pavimentação de ruas é essencial para garantir a acessibilidade e a mobilidade dentro das áreas urbanas. Ruas pavimentadas facilitam o tráfego de veículos e pedestres, tornando o deslocamento mais rápido, seguro e confortável. Além disso, vias bem conservadas reduzem o desgaste de veículos e diminuem os custos de manutenção para os proprietários, o que também reflete positivamente na economia local.

Já os muros de arrimo são estruturas fundamentais em áreas inclinadas ou sujeitas a deslizamentos de terra. Esses muros proporcionam estabilidade ao terreno, prevenindo desmoronamentos e deslizamentos que podem representar sérios riscos para a segurança das pessoas.

Essas medidas não apenas melhoram a infraestrutura urbana, mas também promovem a segurança, a acessibilidade e o bem-estar da população. Portanto, são investimentos essenciais que devem ser priorizados nas políticas públicas municipais.

É necessário manter a população informada através de canais de comunicação, sobre o trabalho da Prefeitura em pavimentar ruas e construir muros de arrimo

De modo a pôr em prova a capacidade da agência vencedora de atender as mais diversas necessidades da administração, faz-se necessário dividir o desafio constante neste Termo de Referência na apresentação de uma campanha, nos moldes que abaixo se expõem:

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

A agência deverá criar uma campanha para divulgação dos serviços de pavimentação e construção de muros de arrimo para a população ipojucana.

TEMA DE CAMPANHA

RECURSOS:

Valor da verba simulada- R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais) Público alvo - população ipojucana.

Período – 15 (quinze) dias. Utilização de logomarcas

Utilizar o Brasão da Prefeitura Municipal do Ipojuca.

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

Nesta campanha as licitantes deverão agir de forma criativa, não apenas na produção das peças, mas principalmente no desenvolvimento de estratégias acessíveis e de baixo custo, que possam atingir o maior número de pessoas possível, dentro do segmento. Portanto, conhecer o perfil da população é fundamental para melhores resultados, sem abandonar a tradicional e necessária segmentação demográfica deste público.

Uyapuran Torres Medeiros Filho.
Secretário Especial de Comunicação

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

ANEXO III

TERMO DE CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTE

(MODELO)

Local e Data

À PREFEITURA MUNICIPAL DO IPOJUCA

Att.: COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Ref.: TERMO DE CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTE

Credenciamos junto à PREFEITURA MUNICIPAL DO IPOJUCA o Senhor (a)....., (nacionalidade, estado civil, profissão), portador da cédula de Identidade nº..... expedido pela, devidamente inscrito no Cadastro de Pessoas Físicas do Ministério da Fazenda, sob o nº....., residente à rua, nº, como nosso mandatário, para representar a empresa, podendo praticar todos os atos necessários concernentes ao Processo Licitatório n.º XXXX/2024 – Concorrência nº XXXX/2024, da COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO, que tem como objeto a contratação, de serviços relativos à Publicidade, a serem prestados por agência(s) de publicidade e propaganda, para atender demandas da PREFEITURA MUNICIPAL DO IPOJUCA, de acordo com o Projeto Básico (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)

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

ANEXO IV

MODELO CARTA DE APRESENTAÇÃO DE DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

Local e Data

À PREFEITURA MUNICIPAL DO IPOJUCA
Att.: COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
Ref.: DOCUMENTOS PARA HABILITAÇÃO

Senhor Agente de Contratação/Presidente da Comissão Permanente de Licitação

Em cumprimento ao disposto no Edital da Concorrência nº XXX/2024 – Processo Licitatório nº XXX/2024, que tem como objeto a contratação, de serviços relativos à Publicidade, a serem prestados por agência(s) de publicidade e propaganda, para atender demandas da Prefeitura Municipal do Ipojuca, de acordo com o Projeto Básico (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)

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

ANEXO V

MODELO DE DECLARAÇÃO DO CUMPRIMENTO DO DISPOSTO NO ART. 7º, INCISO XXXIII DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL.

Local e Data

À PREFEITURA MUNICIPAL DO IPOJUCA
Att.: COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
Ref.: DOCUMENTOS PARA HABILITAÇÃO

Senhora Agente de Contratação/Presidente da Comissão Permanente de Licitação,
A empresa, CNPJ para fins de participação no Processo Licitatório n.º XXXX/2024 – Concorrência n.º XXX/2024, que tramita perante a COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO, que tem como objeto a contratação, de serviços relativos à Publicidade, a serem prestados por agência(s) de publicidade e propaganda, para atender demandas da Prefeitura Municipal do Ipojuca, de acordo com o Projeto Básico (ANEXO I) e Briefing (ANEXO II) do Edital; por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a) portador(a) da Carteira de Identidade n.º. e do CPF n.º., **DECLARA**, sob as penas da lei, para atender o disposto na Lei n.º. 14.133, de 1 de abril de 2021, acrescido pela Lei n.º. 9.854, de 27 de outubro de 1999, não possuir em seu quadro de pessoal, empregados menores de 18 (dezoito) anos, em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e de menores de 16 (dezesesseis) anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de quatorze anos, nos termos do inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal.

Atenciosamente,

Empresa (Identificação)
Assinatura do representante legal (Indicar nome e cargo)

(em papel timbrado da Licitante)

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

ANEXO VI

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS E VALORAÇÃO

Local e Data

À PREFEITURA MUNICIPAL DO IPOJUCA

Att: COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Ref.: PROCESSO Nº ____/2024 CONCORRÊNCIA Nº ____/2024 – CPL

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

1. Objeto: Constitui objeto da presente licitação, a contratação, de serviços relativos à Publicidade, a serem prestados por agência(s) de publicidade e propaganda, para atender demandas da Prefeitura Municipal do Ipojuca, de acordo com o Projeto Básico (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 à Prefeitura Municipal do Ipojuca, 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 MUNICIPAL DO IPOJUCA, incidente sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da(s) contratada(s): _____% (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 à PREFEITURA MUNICIPAL DO IPOJUCA 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 à PREFEITURA MUNICIPAL DO IPOJUCA, 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.

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

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).

Ipojuca, ____ de _____ de 2024.

(Assinatura do representante legal denominação da empresa)

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

ANEXO VII

MODELO DE DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATO SUPERVENIENTE

À

PREFEITURA MUNICIPAL DO IPOJUCA
ATT. Comissão Permanente de Licitação
Edital de Concorrência nº ____/2024

(nome do representante legal da empresa)_____, representando a empresa
(nome da empresa)_____, CNPJ _____, sediada (endereço
completo), _____, declara, sob as penas da lei, que até a presente data não existem fatos
impeditivos para a habilitação da mesma no presente processo licitatório, estando ciente da obrigação de declarar
ocorrências posteriores.

(local e data)

(nome e número da Carteira de Identidade do Declarante)

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

ANEXO VIII

MODELO DE DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA

_____*identificação completa do representante*_____, como representante devidamente constituído de _____*identificação completa da licitante*_____, doravante denominado LICITANTE, para fins do disposto no subitem _____ *do Edital do Processo n°* ____/____-____/2024, *Concorrência n°* ____/____-____/2024, declara sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

- a) A proposta anexa foi elaborada de maneira independente _____*razão social*_____, e que o conteúdo da proposta anexa não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado a, discutido com ou recebido de qualquer outro participante potencial ou de fato da *Concorrência n°* ____/____-____/2024, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- a) A intenção de apresentar a proposta anexa não foi informada a, discutido com ou recebido de qualquer outro participante potencial ou de fato da *Concorrência n°* ____/____-____/2024, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- b) Que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato da *Concorrência n°* ____/____-____/2024, quanto a participar ou não da referida licitação;
- c) Que o conteúdo da proposta anexa não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado a ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato da *Concorrência n°* ____/____-____/2024, antes da adjudicação do objeto da referida licitação;
- d) Que o conteúdo da proposta anexa não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado a, discutido com ou recebido de qualquer integrante da Prefeitura Municipal do Ipojuca antes da abertura oficial das propostas; e
- e) Que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

_____, ____ de _____ de 2024

Representante legal do licitante

[[REPRESENTANTE LEGAL DO LICITANTE NO ÂMBITO DA LICITAÇÃO, COM IDENTIFICAÇÃO COMPLETA]]

Observação: Esta Declaração deverá ser confeccionada em papel timbrado da empresa e assinada pelo seu representante legal ou mandatário

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

ANEXO IX

MODELO DE DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE VÍNCULO EMPREGATÍCIO

A empresa _____ **(razão social)** _____, inscrita no CNPJ/MF sob o nº _____, situada à _____ **(endereço completo)** _____, de acordo com o exigido no subitem 7.4 do edital, para fins de participação no **Concorrência nº _____/_____/2024**, **DECLARA**, sob as penas da Lei, que os integrantes do seu quadro societário não possui(em) qualquer tipo de vínculo empregatício (servidor efetivo, comissionado ou contratado) com a Prefeitura Municipal do Ipojuca e com as demais Unidades Jurisdicionadas do Município.

_____, ____ de _____ de 2024

Representante legal do licitante
CPF nº _____

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

ANEXO X

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 014271/2024
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 133/PMI-SECOM/2024
CONCORRÊNCIA Nº 006/PMI-SECOM/2024
MINUTA DO CONTRATO Nº ____ / 2024

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO E MARKETING, QUE ENTRE SI CELEBRAM A SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO E DE OUTRO LADO, A EMPRESA....., NA FORMA ABAIXO ADUZIDA.

Por este instrumento de Contrato, a Prefeitura Municipal do Ipojuca, pessoa jurídica de direito público interno, inscrito no CNPJ/MF Nº 11.294.386/0001-08, com sede na Rua Coronel João Souza Leão, 400, Centro, Ipojuca, PE, CEP 55590-000, por intermédio da **Secretaria Especial de Comunicação**, inscrita no CNPJ/MF Nº 11.294.386/0001-08, situada no mesmo endereço acima, neste ato representada por seu Secretário, **Sr. Uyapuran Torres Medeiros Filho**, portador do CPF/MF nº _____, residente e domiciliado em _____, neste ato denominado simplesmente **CONTRATANTE**, responsável, nos termos do Inciso XIX, da Lei Nº 14.264, de 06 de janeiro de 2001 publicado no D.O.E. de 07/02/2011, pela coordenação da política de comunicação da **Secretaria Especial de Comunicação do Ipojuca** e do outro lado, a Empresa _____, sediada à _____, inscrita no CNPJ/MF n.º _____, Inscrição Estadual n.º _____, neste ato representado por seu Diretor e/ou Procurador, Sr. _____, RG n.º _____, CPF n.º _____, doravante denominada simplesmente **CONTRATADA**, tem entre si justo e acordado, celebrar o presente CONTRATO de Prestação de Serviços, mediante as seguintes Cláusulas e condições, que mutuamente outorgam e estabelecem, tudo de acordo com o Processo Licitatório Nº 133/PMI-SECOM/2024, realizado na modalidade CONCORRÊNCIA Nº 006/PMI-SECOM/2024, devidamente homologado pelo Secretário da Casa Civil em ____/____/2024, com publicação no D.O.E., na Edição do dia ____/____/2024.

DO OBJETO

CLÁUSULA PRIMEIRA: Constitui objeto da presente concorrência, a contratação, de serviços de publicidade e propaganda, planejamento de comunicação e marketing, a serem prestados por agência de publicidade e propaganda, para atender demandas da Prefeitura Municipal do Ipojuca, de acordo com o Projeto Básico (**ANEXO I**) e Briefing (**ANEXO II**) do Processo Licitatório Nº 133/PMI-SECOM/2024 Concorrência Nº 006/PMI-SECOM/2024, da Assessoria Especial ao Governo, conforme discriminação a seguir:

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

- a) Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimentos relativos à execução do contrato;
- b) À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, inclusive de comunicação digital;
- c) À produção e à execução técnica das peças e ou material criados pelas agências contratadas.

Parágrafo segundo: As pesquisas e outros instrumentos de avaliação revistos na alínea 'a' do parágrafo anterior terão a finalidade específica de:

- a) Gerar conhecimento sobre o ambiente de atuação da **Secretaria Especial de Comunicação do Ipojuca**, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

- b) Aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c) Possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.

Parágrafo terceiro: É vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações previstas na alínea “a” do § 1º desta cláusula, matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.

Parágrafo quarto: Os serviços previstos no objeto a ser licitado não abrangem as atividades de assessoria de comunicação, imprensa e relações-públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza, projetos de ambientação e decoração, montagem de estandes em feiras e exposições e serviços correlatos, viabilização de cotas de patrocínio para divulgação de projetos social, cultural e esportivo e merchandising com apoio da **Secretaria Especial de Comunicação do Ipojuca**, e atividades de desenvolvimento e implantação de serviços para internet.

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

Parágrafo sexto: Os serviços abrangem as ações de publicidade institucional, de utilidade pública e de produtos e serviços sobre todos os assuntos e temas de competência ou interesse da **Secretaria Especial de Comunicação do Ipojuca**.

Parágrafo sétimo: As agências não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no objeto deste Contrato.

Parágrafo oitavo: As agências atuarão de acordo com solicitação da **Secretaria Especial de Comunicação do Ipojuca**.

Parágrafo nono: O produto final decorrente da execução do objeto desta licitação será de propriedade da **Secretaria Especial de Comunicação do Ipojuca**, sendo, portanto, proibida a sua divulgação por qualquer meio ou sua reprodução total ou parcial sem expressa autorização, ficando as contratadas sujeitas às penalidades aplicáveis.

DA MODALIDADE/FORMA DE FORNECIMENTO/REGIME DE EXECUÇÃO

CLÁUSULA SEGUNDA: A presente contratação é celebrada na forma de execução indireta, em regime de empreitada a preço unitário.

DO PREÇO / CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

CLÁUSULA TERCEIRA: O valor total estimado da contratação é de R\$ 9.000.000,00 (Nove Milhões de reais), ficando claro que somente serão executados e pagos aqueles serviços prévia e expressamente autorizados.

CLÁUSULA QUARTA: O pagamento será efetuado pela **CONTRATANTE**, através de depósito bancário, em conta-corrente da **CONTRATADA** e, se houver, de sua respectiva **SUBCONTRATADA**, em até 5 (cinco) dias úteis do mês seguinte ao da prestação do serviço, ficando condicionado a execução dos serviços e terá as parcelas apuradas mensalmente que corresponderão aos serviços atestados efetivamente no período de cada mês civil, mediante a apresentação da Nota Fiscal/Fatura, e atesto do gestor técnico da contratação, designado pela **CONTRATANTE**.

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

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

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

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

- a) Caso a Nota Fiscal/Fatura seja apresentada após o prazo constante desta cláusula, esta será paga em até 05 (cinco) dias a contar de sua apresentação;
- b) Caso ocorra erro ou omissão na fatura ou outra circunstância que desaconselhe o seu pagamento, a **CONTRATADA** deverá substituí-la, devendo o prazo para pagamento tanto à **CONTRATADA** como a(s) sua(s) respectiva(s) **subcontratada(s)**, passar a ser contado da data de apresentação, pela **CONTRATADA**, da nova fatura, nos termos do subitem anterior;
- c) A devolução da Fatura não aprovada pela **CONTRATANTE** por conter incorreções não poderá servir de justificativa para que a **CONTRATADA** suspenda a execução dos serviços;
- d) As faturas deverão ser entregues na **Secretaria Especial de Comunicação do Ipojuca**, 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, nos termos do Decreto estadual Nº. 25.304, de 17 de março de 2003. No caso de aprovação das faturas, após análise técnica realizada pelo gestor do contrato, essas serão atestadas e enviadas ao setor financeiro da **CONTRATANTE**, para análise fiscal e posterior pagamento;
- e) Serão descontados, mensalmente, da fatura os valores decorrentes de indenizações ou de multas eventualmente registradas;
- f) A **CONTRATANTE** poderá sustar o pagamento de qualquer Nota Fiscal/Fatura, no todo ou em parte, caso seja constatado que a **CONTRATADA** não cumpriu quaisquer das obrigações contratuais assumidas;
- g) Os períodos de atraso por culpa da **CONTRATADA** e aqueles decorrentes de atrasos nos pagamentos, motivados pela não aprovação dos documentos de cobrança devido a incorreções por parte da **CONTRATADA**, não serão computados para efeito de atualização monetária de preços;
- h) O pagamento fica condicionado à comprovação da regularidade fiscal da **CONTRATADA** e, no que couber, de suas respectivas subcontratadas, devendo estas apresentarem, antes de cada pagamento, certidão negativa de débitos, dentro do prazo de validade, junto às Fazendas Públicas Federal, Estadual e Municipal, sob pena de suspensão de pagamento;
- i) Pelos serviços prestados, a **CONTRATADA** será remunerada da seguinte forma:
 - i.1) Percentual de desconto sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco, conforme a proposta apresentada.
 - i.2) Honorários (em percentual) de ____% (de acordo com a proposta do licitante vencedor), de acordo com o constante da proposta de preços da **CONTRATADA**, a serem cobrados da **CONTRATANTE**, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros;
 - i.3) A **CONTRATADA** emitirá fatura contra a **CONTRATANTE**, referente ao desconto padrão de agência, calculado sobre o valor bruto dos serviços de veiculação, cujo valor corresponde ao desconto concedido pelos veículos de mídia (**subcontratada**) ao anunciante/contratante, a título de remunerar as agências de publicidade e propaganda pela criação/produção de conteúdo e intermediação, conforme preceitua as Normas Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP- Conselho Executivo das Normas;
- j) A **CONTRATADA** não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência, quando da utilização, pela **CONTRATANTE**, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente ao contrato;
- k) Sobre o valor das faturas de serviços de veiculação que tenham sido contemplados com “desconto de agência” não incidirão os honorários sobre os serviços e suprimentos externos contratados;
- l) 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;

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

- m) Na execução do contrato, a **CONTRATANTE** deverá negociar com a **CONTRATADA**, a obtenção de percentual de reversão superior aos percentuais fixados no subitem anterior, com vistas a obter condições mais vantajosas para o Estado, **sendo obrigatória a comprovação documental, de que referida negociação foi realizada;**
- n) 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;
- o) 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);**
- p) 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).**
- q) Nos casos de eventuais atrasos de pagamento, desde que a contratada não tenha concorrido de alguma forma para tanto, fica convencionado que a taxa de atualização financeira devida pela **CONTRATANTE**, entre a data acima é o IPCA (IBGE), conforme diretrizes firmadas no parecer PGE 78/2019.
- r) A Atualização financeira prevista nesta condição será incluída na Nota Fiscal/Fatura do mês seguinte ao da ocorrência.

DO PRAZO

CLÁUSULA QUINTA: O contrato terá prazo de vigência de 5 (cinco) anos, podendo ser prorrogado até o prazo máximo de 10 anos, conforme art. 106 e 107 da Lei 14.133/2021.

Parágrafo único: Utilizar-se-á como base para reajuste do valor estimado do contrato, exclusivamente, a Tabela setorial do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco – SINAPRO, reajustada anualmente, após devida manifestação técnica da **Secretaria Especial de Comunicação do Ipojuca**.

DAS CONDIÇÕES DE ENTREGA/EXECUÇÃO DO OBJETO

CLÁUSULA SEXTA: Os serviços deverão ser executados e entregues, conforme venham a ser solicitados pela Assessoria Especial ao Governo, no prazo estabelecido na Ordem de Execução de Serviços, a contar da emissão da mesma.

Parágrafo primeiro: Todo serviço a ser prestado pelas CONTRATADAS deverá ser precedido da apresentação do competente projeto de apropriação de custos, o qual, após aprovação, gerará a expedição de Ordem de Execução de Serviços (AUTORIZAÇÃO DE PRODUÇÃO/VEICULAÇÃO), conforme modelo definido pela Secretaria, 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.

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

Parágrafo terceiro: Os serviços serão executados pelas CONTRATADAS com o fornecimento de toda mão de obra, materiais, equipamentos e demais despesas necessárias à execução do objeto, sendo permitida a subcontratação parcial dos SERVIÇOS COMPLEMENTARES necessários ao cumprimento do objeto licitado, desde que previamente submetida à anuência da **Secretaria Especial de Comunicação**, ficando as CONTRATADAS responsáveis pela integral execução da subcontratação, arcando integralmente com os encargos de qualquer natureza dela decorrentes.

Parágrafo quarto: Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo CONTRATANTE poderão fornecer às CONTRATADAS bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do § 1º do art. 2º da Lei Nº 12.232/2010.

Parágrafo quinto: O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto neste parágrafo exigirá sempre a apresentação, pelas CONTRATADAS ao CONTRATANTE, de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

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

Parágrafo sexto: 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.

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

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

Parágrafo nono: Os originais dos materiais desenvolvidos para a execução dos serviços, inclusive fotos, ficarão sob a guarda das CONTRATADAS, mas disponíveis a qualquer tempo para a **Secretaria Especial de Comunicação do Ipojuca**, que poderá a seu critério, requisitar cópias dos originais para comprovação da prestação dos serviços e arquivo próprio, vedada a transferência a agentes de qualquer espécie ou uso.

DOS DIREITOS AUTORAIS

CLÁUSULA SÉTIMA: AS CONTRATADAS cedem à CONTRATANTE, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso de ideias (incluindo os estudos, análises e planos), peças (material gráfico, eletrônico e multimídia), softwares, CDs, composições, arranjos, execução de trilha sonora e jingles, animação, pantomima, publicações editoriais e quaisquer outras modalidades de publicidade existentes ou que venham a ser inventadas de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste contrato.

Parágrafo primeiro: A cessão de que trata esta cláusula será por tempo indeterminado, ficando vedada às CONTRATADAS a cobrança de qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência deste Contrato.

Parágrafo segundo: A CONTRATANTE poderá, a seu critério, utilizar os direitos cedidos, diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato, ou após o prazo de vigência, inclusive em caso de rescisão, não cabendo à CONTRATADA qualquer espécie de remuneração.

Parágrafo terceiro: A critério da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos integrantes da estrutura direta e indireta da **Secretaria Especial de Comunicação do Ipojuca** ou apoiadas pela **Prefeitura Municipal do Ipojuca**, sem ônus para o órgão licitante.

Parágrafo quarto: Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

Parágrafo quinto: Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.

Parágrafo sexto: A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos parágrafos seguintes.

Parágrafo sétimo: Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 30% (trinta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

Parágrafo oitavo: Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 30% (trinta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

DO RECEBIMENTO DO OBJETO

CLÁUSULA OITAVA: Executado este instrumento pela CONTRATADA, seu objeto será recebido pela CONTRATANTE em caráter provisório ou definitivo, observadas as disposições da Lei Nº 14.133/21 e dar-se-á da seguinte forma:

- a) Provisoriamente, pelo responsável por seu acompanhamento e fiscalização, mediante termo circunstanciado, assinado pelas partes, em até 15 (quinze) dias consecutivos da comunicação escrita da CONTRATADA;
- b) Definitivamente, por servidor ou comissão designada pela autoridade competente, mediante termo circunstanciado, assinado pelas partes, após o decurso do prazo de observação ou de vistoria, que comprove a adequação do objeto aos termos contratuais, prazo esse não superior a 90 (noventa) dias.

Parágrafo único: O recebimento provisório ou definitivo não exclui a responsabilidade civil pela perfeita execução dos serviços dentro dos limites estabelecidos pela lei ou pelo contrato.

DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

CLÁUSULA NONA: Os recursos orçamentários para a realização dos serviços objeto desta licitação são oriundos da seguinte Dotação Orçamentária:

Comunicação e Publicidade Institucional da Prefeitura Municipal do Ipojuca – Elemento de Despesa 3.3.90.39 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica.

Parágrafo primeiro: No(s) exercício(s) seguinte(s), as despesas correrão à conta dos recursos próprios para atender às despesas da mesma natureza, cuja alocação será feita mediante apostilamento no início de cada exercício financeiro, sob pena de rescisão antecipada do contrato.

DOS DIREITOS E OBRIGAÇÕES DAS PARTES

CLÁUSULA DÉCIMA: O regime jurídico deste Contrato confere a CONTRATANTE as prerrogativas relacionadas no Art. 104 da Lei nº. 14.133/21.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA: São conferidos à CONTRATADA os direitos relacionados na Lei nº. 14.133/21.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA: Constituem obrigações da CONTRATADA, além das constantes na Lei nº 14.133/21:

- a) Prestar, prontamente, assistência a **Secretaria Especial de Comunicação do Ipojuca**, sempre que solicitada, de acordo com o objeto definido neste Contrato;
- b) Submeter à apreciação e aprovação da **Secretaria Especial de Comunicação do Ipojuca** qualquer serviço que venha a ser executado;
- c) Garantir que os técnicos especializados e que figuraram na relação de sua equipe técnica, na licitação, sejam os que realizarão, pessoalmente e diretamente, os serviços licitados, admitindo-se a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que aprovada pela Secretaria;
- d) Cumprir rigorosamente as normas contratuais, arcando com todos os custos e despesas relativos à prestação dos serviços;
- e) Prestar os serviços objeto do presente Contrato no interior do Estado de Pernambuco, especialmente nas cidades polo Petrolina e Caruaru no mesmo padrão de qualidade e celeridade que são prestados na Região Metropolitana do Recife;
- f) Prestar os serviços objeto do presente Contrato em outros Estados da Federação e no exterior, quando necessário e de acordo com a política adotada pela **Secretaria Especial de Comunicação do Ipojuca**;
- g) Arcar com todos os encargos civis, tributários, previdenciários e trabalhistas que venham a decorrer da prestação dos serviços, inclusive quanto à criação de novos encargos;

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

- h) Fornecer à CONTRATANTE, após a respectiva aprovação pela Assessoria Especial ao Governo, e conforme a peça produzida, o seguinte material para arquivo: Filme, Cine VT e VT, 2 (duas) fitas em DVD), jingles, spots e trilhas (CD com cópia), peças gráficas (duas provas) CD ROM (dois CDs com cópia), todas as fotos digitalizadas e, sempre que solicitado, DVD para arquivo geral, além de fornecer todo o material bruto e original produzido em decorrência deste contrato.
- i) No prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, as contratadas deverão comprovar manter sede, escritório ou sucursal na região metropolitana do Recife.
- j) No prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, as contratadas deverão comprovar que possuem na Região Metropolitana do Recife estrutura de atendimento compatível com o volume e características dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais:

I- 02 (dois) na área de atendimento- sendo 01 (um) exclusivo para atendimento ao da **Secretaria Especial de Comunicação do Ipojuca**;

II- 01 (um) na área de planejamento;

III – 02 (dois) na área de criação, sendo dois exclusivos;

IV- 01 (um) nas áreas de produção impressa, eletrônica e de design/computação gráfica;

V- 02 (dois) na área de mídia;

VI- 02 (dois) na área de comunicação digital.

a) No prazo máximo de 60 (sessenta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, as contratadas deverão comprovar que possuem na RMR, estrutura de atendimento compatível com o volume e características dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais:

I- 01 (um) na área de mídia;

II- 02 (dois) na área de comunicação digital.

Parágrafo primeiro: A inadimplência da CONTRATADA, com referência aos encargos estabelecidos no contrato, não transfere a **Secretaria Especial de Comunicação do Ipojuca** responsabilidade por seu pagamento, nem poderá onerar o objeto deste Contrato.

Parágrafo segundo: A CONTRATADA será a única responsável de pleno direito, por quaisquer acidentes de que possam ser vítimas seus empregados, quando na realização de serviços para a **Secretaria Especial de Comunicação do Ipojuca** devendo adotar as providências que, a respeito, exigir a legislação em vigor sobre acidentes e segurança do trabalho.

Parágrafo terceiro: A CONTRATADA é responsável pelos danos causados diretamente da **Secretaria Especial de Comunicação do Ipojuca** ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo na execução do contrato, não excluindo a responsabilidade, a fiscalização, ou o acompanhamento pelo da **Secretaria Especial de Comunicação do Ipojuca**.

Parágrafo quarto: A CONTRATADA reconhece o direito da CONTRATANTE paralisar a qualquer tempo ou suspender a execução dos serviços, mediante o pagamento único e exclusivo dos trabalhos já executados, qualquer indenização pelos materiais que não estiverem aplicados dentro das especificações prévias, bem como sem qualquer ônus, encargos ou indenizações.

DA FISCALIZAÇÃO/ADMINISTRAÇÃO DO CONTRATO

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA: A fiscalização técnica dos serviços será levada a efeito pela **CONTRATANTE**, através do gestor contratual, com poderes para auditar o contrato e sua execução, nomeados por Portaria, entre os servidores da **CONTRATANTE**, sem reduzir nem excluir a responsabilidade da **CONTRATADA** e, no que couber, da **CONTRATANTE**.

Parágrafo primeiro: O acompanhamento da execução dos serviços e a sua fiscalização serão exercidos no interesse exclusivo da **Secretaria Especial de Comunicação do Ipojuca** através da **CONTRATANTE**, não excluindo ou reduzindo a responsabilidade

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

da **CONTRATADA**, inclusive perante terceiros, por qualquer irregularidade, sendo que na sua ocorrência, não deverá implicar corresponsabilidade do Poder Público ou de seus agentes e prepostos, salvo seja caracterizada a ação funcional por parte destes;

Parágrafo segundo: Compete especificamente à Fiscalização:

- a) Exigir da **CONTRATADA** o cumprimento integral do estabelecido no Projeto Básico (Anexo I) e Briefings (Anexo II) do Edital, que integram este instrumento;
- b) Esclarecer prontamente as dúvidas que lhes sejam apresentadas pela **CONTRATADA**;
- c) Expedir por escrito, as determinações e comunicações dirigidas à **CONTRATADA**;
- d) Advertir a **CONTRATADA** sobre eventuais faltas na execução dos serviços.

Parágrafo terceiro: O Gestor deste Contrato na área de atuação será o servidor(a) _____, Matrícula Nº _____ e no seu impedimento, o servidor(a) _____, Matrícula Nº _____, conforme Portaria CC/Nº _____, de _____, publicada no Diário Oficial de _____.

DAS ALTERAÇÕES

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA: As alterações necessárias ao fiel cumprimento do objeto deste Contrato serão efetivadas na forma e condições do art. 124 da Lei nº. 14.133/21, formalizadas previamente por termo aditivo, que passará a integrar este Contrato.

DAS SANÇÕES

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA: Com fundamento no artigo 90º da Lei nº 14.133/21, a recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato ou em aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida e o sujeitará às penalidades legalmente estabelecidas e à imediata perda da garantia de proposta em favor do órgão ou entidade licitante. Ocasionalmente assim a convocação do próximo classificado.

Parágrafo primeiro: Poderão ser aplicadas as penalidades estabelecidas na Lei nº. 14.133 de 01 de Abril de 2021 e posteriores alterações, no que se refere a, multas, infrações, sanções, e ou, penalidades.

Parágrafo segundo: A aplicação das sanções previstas neste Edital não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei nº. 14.133/2021 e alterações, inclusive responsabilização do licitante vencedor por eventuais perdas e danos causados à Administração.

Parágrafo terceiro: A multa deverá ser recolhida no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação.

Parágrafo quarto: O valor da multa poderá ser descontado da Nota Fiscal ou crédito existente na Secretaria solicitante, em favor do licitante vencedor.

Parágrafo quinto: Caso o valor da multa seja superior ao crédito existente, a diferença será cobrada na forma da lei.

Parágrafo sexto: As multas e outras sanções aplicadas só poderão ser relevadas, motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato da Administração Municipal, devidamente justificado.

Parágrafo sétimo: As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis.

Parágrafo oitavo: Em qualquer hipótese de aplicação de sanções será assegurado ao licitante vencedor o contraditório e ampla defesa.

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA: As autoridades competentes para a aplicação das sanções previstas neste contrato são as seguintes:

I – Gestor do contrato, para as penalidades de advertência e multa;

II - Secretário da **Secretaria Especial de Comunicação do Ipojuca** para as penalidades de suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com o CONTRATANTE e propor a declaração de inidoneidade;

III – Secretário da **Secretaria Especial de Comunicação do Ipojuca**, para a aplicação da declaração de inidoneidade, privativamente.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA: DA PROTEÇÃO DE DADOS - LEI N.º 13.709/2018

Parágrafo Primeiro - O presente CONTRATO se dará a partir das premissas da Lei Geral de Proteção de Dados - LGPD, em especial os princípios da finalidade, adequação, transparência, livre acesso, segurança, prevenção e não discriminação no tratamento dos dados.

Parágrafo Segundo - As partes se comprometem, no decurso do prazo de vigência do presente Termo de Contrato, a proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural, relativos ao tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, garantindo que o tratamento de dados pessoais dar-se-á de acordo com as bases legais previstas nas hipóteses dos Arts. 7º e/ou 11 da Lei 13.709/2018 às quais se submeterão os serviços executados, e para propósitos legítimos, específicos, explícitos e informados ao titular.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA: DA ANTICORRUPÇÃO

Parágrafo Primeiro - As Partes declaram conhecer as normas de prevenção à corrupção prevista na legislação brasileira, dentre elas, a Lei de Improbidade Administrativa (Lei nº 8.429/1992) e a Lei nº 12.846/2013 e seus regulamentos (em conjunto, “Leis Anticorrupção”) e se comprometem a cumpri-las fielmente”

DA RESCISÃO

CLÁUSULA DÉCIMA NONA: A inexecução total ou parcial deste Contrato dará ensejo à sua rescisão, assegurada à prévia defesa e observadas as disposições da Lei nº 14.133/21, notadamente, nos artigos 137, 138 e 139, sem prejuízo das penalidades determinadas neste instrumento.

Parágrafo único: Na hipótese de rescisão contratual nas formas previstas na Lei Federal Nº 14.133/21, terá a CONTRATADA direito, exclusivamente, ao pagamento dos serviços corretamente executados, perdendo ainda em favor da **Secretaria Especial de Comunicação do Ipojuca**, o valor das garantias contratuais, a título de pena convencional.

DA LICITAÇÃO

CLÁUSULA VIGÉSIMA: O presente instrumento contratual é decorrente do Processo Licitatório Nº 133/PMI-SECOM/2024, Concorrência Nº 006/PMI-SECOM/2024, homologado pela da **Secretaria Especial de Comunicação do Ipojuca** em _____ de _____ de ____.

DOS DOCUMENTOS

CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA: Fazem parte integrante deste Contrato, independente de transcrição, cópias dos seguintes documentos: Termo de Referência, *Briefing* e Proposta de Preço da contratada, devidamente rubricados pelas partes.

DO FORO

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

CLÁUSULA VIGÉSIMA SEGUNDA: Fica, desde já, declarado pelas partes, com base no § 1º do art. 92 da Lei nº. 14.14.133/21, o Foro da Comarca do Ipojuca- PE, para dirimir as dúvidas ou questões suscitadas na execução deste Contrato.

E, por estarem de pleno acordo, firmam as partes o presente instrumento em 04 (quatro) vias de igual teor e forma, para único efeito de direito, na presença de 02 (duas) testemunhas que a tudo assistiram e subscrevem, constando a assinatura da **Secretaria Especial de Comunicação do Ipojuca** apenas na última página, sendo as demais assinadas e rubricadas pelos presentes a este ato e ainda registrado em livro próprio da **Secretaria Especial de Comunicação do Ipojuca**, conforme dispõe o artigo 89 da Lei nº 14.133/21.

Ipojuca, ____ de ____ de ____.

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

CONTRATANTE

CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

1. _____ 2. _____

CPF/MF nº. CPF/MF nº.

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

ANEXO XI

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

1. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DE CONTRATAÇÃO

A contratação de serviços de comunicação por uma prefeitura é um aspecto fundamental para garantir a transparência, a eficiência administrativa e a participação cidadã. Esta necessidade está amparada por diversas disposições da legislação brasileira, as quais justificam e orientam tal contratação.

Primeiramente, a Constituição Federal de 1988, em seu artigo 37, estabelece os princípios da administração pública, dentre os quais se destacam a publicidade e a eficiência. O princípio da publicidade determina que os atos da administração pública devem ser amplamente divulgados, garantindo o acesso à informação por parte da população. Já o princípio da eficiência exige que a administração pública atue de forma eficaz, atingindo seus objetivos com o uso racional dos recursos públicos.

Além disso, a Lei de Acesso à Informação (Lei nº 12.527/2011) reforça a obrigação dos órgãos públicos de promoverem a transparência e a disseminação de informações de interesse público. Segundo esta lei, é dever das entidades públicas assegurar a gestão transparente da informação, propiciando amplo acesso a ela e sua divulgação. Nesse sentido, a contratação de serviços de comunicação torna-se essencial para cumprir essas determinações, possibilitando a disseminação clara e acessível das informações institucionais.

A Lei nº 13.460/2017, que dispõe sobre participação, proteção e defesa dos direitos do usuário dos serviços públicos, também destaca a importância da comunicação eficiente. Esta lei prevê, em seu artigo 4º, que a transparência e a clareza das informações são direitos dos usuários dos serviços públicos. Assim, a contratação de serviços de comunicação contribui diretamente para garantir que esses direitos sejam efetivamente respeitados, ao permitir que a população tenha acesso às informações de maneira clara e compreensível.

Dessa forma, a contratação de serviços de comunicação por uma prefeitura é não apenas necessária, mas também uma obrigação legal para garantir a transparência, a eficiência e a participação cidadã. As leis mencionadas fornecem o embasamento jurídico que justifica essa contratação, assegurando que a administração pública possa cumprir suas obrigações constitucionais e legais de forma adequada e eficiente.

2. REQUISITOS DA FUTURA CONTRATAÇÃO

- A. Agilidade na criação e produção de materiais;
- B. Atendimento rápido e eficiente por parte da empresa contratada, com suporte disponível para solução de problemas;
- C. Acompanhamento na produção de materiais gráficos, quando for o caso.
- D. Preços competitivos e transparentes, com possibilidade de negociação de descontos em contratos de longo prazo.

3. SOLUÇÕES DISPONÍVEIS NO MERCADO

SOLUÇÃO A: CONTRATAÇÃO DE UMA AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

Vantagens:

- Possibilidade de veiculação em mídias (rádio, jornal, tv)
- Garantia de trabalho feito por especialistas na área
- Rapidez para contratação de fornecedores terceirizados e de especialidades sob demanda

Desvantagens:

- Custo mais elevado

SOLUÇÃO B: PRODUÇÃO 100% INTERNA COM SERVIDORES MUNICIPAIS

Vantagens:

- Custo mais reduzido

Desvantagens:

- Impossibilidade de veiculação em mídias (rádio, jornal, tv)
- Mão de obra menos especializada
- Rotatividade e perda da “memória”
- Maior burocracia para contratação de fornecedores terceirizados

4. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO ESCOLHIDA

Ao considerar as duas soluções disponíveis para a execução do projeto, é essencial realizar uma análise criteriosa que leve em conta não apenas os benefícios imediatos, mas também a sustentabilidade e a eficiência a longo prazo.

A escolha da **Solução A**, que envolve a contratação de uma agência de publicidade, oferece vantagens estratégicas que justificam seu custo mais elevado. Abaixo, destacam-se os principais argumentos em favor dessa solução.

Possibilidade de Veiculação em Mídias Tradicionais

Uma das grandes vantagens da contratação de uma agência de publicidade é a capacidade de veiculação em mídias tradicionais, como rádio, jornal e TV. Essas mídias possuem um alcance amplamente reconhecido e permitem que a mensagem chegue a um público mais amplo e diversificado. A abrangência das campanhas veiculadas nesses canais pode ser decisiva para o sucesso do projeto, garantindo maior visibilidade das ações desenvolvidas pelo município e engajamento da população com as campanhas educativas, de saúde e de participação de maneira geral.

Trabalho Feito por Especialistas

Agências de publicidade são compostas por profissionais altamente qualificados e especializados em diversas áreas do marketing e comunicação. A expertise desses especialistas assegura a criação de campanhas criativas, eficazes e bem direcionadas, maximizando os resultados. A contratação de uma agência garante um nível de profissionalismo e qualidade que dificilmente seria alcançado com uma produção interna. Em razão da distância de Ipojuca para a capital, Recife, o leque de especialistas em comunicação é reduzido e a contratação direta desses profissionais torna-se mais dificultosa.

Rapidez para Contratação de Fornecedores Terceirizados

A agilidade na contratação de fornecedores terceirizados é outro ponto crucial. Agências de publicidade têm processos otimizados para negociar e contratar fornecedores de maneira rápida e eficiente. Essa rapidez é essencial para o cumprimento de prazos e para a execução de campanhas oportunas, permitindo uma resposta mais ágil, principalmente em casos de avisos importantes para a população, como crises e emergências.

Conclusão

Embora a Solução A represente um custo mais elevado, os benefícios oferecidos em termos de alcance, qualidade e eficiência justificam plenamente o investimento. A possibilidade de utilizar mídias tradicionais, o trabalho de especialistas e a rapidez na contratação de fornecedores terceirizados são fatores que asseguram uma comunicação mais eficaz e impactante. Optar pela contratação de uma agência de publicidade é uma decisão estratégica que pode trazer retornos significativos e contribuir decisivamente para a transparência e o sucesso das iniciativas da administração municipal.

Vale ressaltar, ainda, que mesmo diante da escolha pela Solução A, a equipe interna de comunicação continua sendo de profunda relevância e utilidade, atuando de forma complementar à Agência de Publicidade, com foco na rotina e ações do dia a dia, como cobertura de pautas, campanhas de menor porte, conteúdo diário para redes sociais, criação de materiais gráficos para apoio a outras secretarias, dentre outros.

5. QUANTITATIVOS E VALORES

O valor necessário foi calculado com base dos exercícios anteriores e está referenciado pelas Notas Fiscais (NF) previamente liquidadas. Nos casos de prestação de serviço mensal (anúncio em blogs; em rádio, etc), o cálculo se dá pela multiplicação do valor mensal por 11 meses. Nos casos em que a prestação de serviço não acontece de forma mensal, mas por demanda (veiculação em carros de som realizada pelo valor/hora; veiculação em outdoors), foram usados os valores totais/unitários aplicados em anos anteriores.

Após o cálculo, estima-se um valor de R\$ 9.000.000,00 (nove milhões de reais) para execução dos serviços de agência de

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

publicidade.

Número de Nota Fiscal (histórico de despesas-exemplificativo)	Descrição	Valores
NF 2824	Carro de som	Valor total de 2023: R\$ 236.916,00 Estimativa anual: R\$ 240.000,00
NF 2793 NF 2794 NF 2795	Rádio	Valor médio mensal: R\$ 40.000,00 Estimativa anual (11 meses): R\$ 440.000,00
NF 2702 NF 2596 NF 2390 NF 2431	Produção de vídeos para redes sociais	Valor total de 2023: R\$ 2.017.839,00 Estimativa anual: R\$ 2.000.000,00
NF 2778	Jingle Institucional	Valor unitário (2023): R\$ 22.200,00 Estimativa anual: R\$ 22.000,00
NF 2627 NF 2659	Outdoor	Valor total de 2023: R\$ 545.458,00 Estimativa anual: R\$ 600.000,00
NF 2855	Backbus (Transporte Complementar- 10 unidades)	Valor médio mensal (2024): R\$ 26.760,00 Estimativa anual (11 meses): R\$ 294.360,00
NF 2836 NF 2837 NF 2840 NF 2848	Anúncio em sites/blogs	Valor médio mensal: R\$ 47.000,00 Estimativa anual (11 meses): R\$ 517.000,00
NF 2756	Pesquisas quantitativas	Valor unitário: R\$ 16.650,00

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

		Estimativa anual (3 unidades): R\$ 66.600,00
NF 2681	Pesquisa qualitativa	Valor unitário: R\$ 76.368,00 Estimativa anual (1 unidade): R\$ 76.368,00
NF 2780	Jornal Informativo	Valor unitário (2024): R\$ 70.856,00 Estimativa anual (8 unidades): R\$ 566.848,00
NF 2717 NF 2653 NF 2546 NF 2548	Placas de Estrada	Valor total de 2023: R\$ 3.033.561,16 Estimativa anual: R\$ 2.893.032,00
NF 2101 NF 2204 NF 2225 NF 2226	Comercial de TV (produção e mídia)	Valor por campanha (2022): R\$ 600.627,60 Estimativa anual: R\$ 700.000,00
NT 2458 NF 2570 NF 2534	Material gráfico	Valor total de 2023: R\$ 130.000,00 Estimativa anual: R\$ 150.000,00
Novo	Impulsionamento de conteúdo em redes sociais.	Estimativa mensal: R\$ 10.000,00 Estimativa anual (11 meses): R\$ 110.000,00
NF 2276 NF 2139	Outras despesas (manutenção do site, transmissões ao vivo, etc).	Estimativa anual: R\$ 50.000,00

O pagamento dos honorários da agência de publicidade seguirá a legislação específica e o percentual da proposta vencedora da licitação, limitado a 15% conforme as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, emitidas pelo Conselho Executivo de Normas-Padrão. Disponível em: <https://www.sinapro-pe.com.br/wp-content/uploads/2019/11/Normas-Padr%C3%A3o-da-Atividade-Publicit%C3%A1ria.pdf>

6. PARCELAMENTO OU NÃO DA CONTRATAÇÃO

A contratação não será parcelada.

A contratação de uma agência de publicidade para serviços de comunicação é justificada pela necessidade da Prefeitura Municipal do Ipojuca em resolver suas dificuldades na produção e distribuição eficientes desses materiais. Essa solução garantirá que as atividades administrativas e de comunicação com a população sejam realizadas de forma eficaz,

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

contribuindo para o bom funcionamento da prefeitura e melhorando o atendimento aos cidadãos.

7. RESULTADOS PRETENDIDOS

A. Aumento da Visibilidade das Ações e Projetos

Ao utilizar os serviços de uma agência de publicidade, a gestão municipal pretende garantir a visibilidade de suas iniciativas. Campanhas bem estruturadas ajudam a promover eventos, projetos e programas municipais, garantindo que a população esteja ciente e engajada nas ações da administração.

B. Engajamento e Participação da Comunidade

Uma agência de publicidade pode criar campanhas direcionadas que incentivam a participação ativa dos cidadãos em programas e eventos municipais. Isso inclui a participação em consultas públicas, projetos comunitários, e atividades culturais e esportivas, fomentando um senso de pertencimento e coesão social.

C. Comunicação Eficiente e Transparente

Uma comunicação clara e transparente é crucial para a confiança pública. As agências de publicidade ajudam a estruturar mensagens que são facilmente compreendidas e que explicam as políticas e ações do governo de maneira acessível. Isso inclui a divulgação de resultados de gestão, orçamentos, e planos futuros de maneira que os cidadãos possam acompanhar e compreender o trabalho realizado.

D. Promoção Desenvolvimento Econômico

Campanhas publicitárias bem executadas podem movimentar a economia local. Vídeos estimulando o pensamento “compre no comércio local”, atrelados a festividades artísticas, turísticas e culturais, geram impacto positivo para a cidade de maneira geral.

E. Educação e Conscientização

As campanhas publicitárias também podem ser utilizadas para educar e conscientizar a população sobre questões importantes como saúde pública, meio ambiente, segurança e direitos civis. A agência de publicidade pode criar materiais educativos e informativos que ajudam a promover comportamentos positivos e informados entre os cidadãos.

G. Rapidez e Eficiência na Comunicação

Com o apoio de uma agência de publicidade, a administração municipal pode responder rapidamente a eventos e situações emergentes, garantindo que as informações cheguem aos cidadãos de forma rápida e eficiente. Isso é crucial durante crises ou emergências, onde a comunicação ágil pode salvar vidas e manter a ordem pública.

Em resumo, a contratação de uma agência de publicidade permite à gestão municipal alcançar uma comunicação mais eficaz, ampla e impactante, promovendo uma relação mais próxima e produtiva com a comunidade. Os resultados pretendidos incluem maior visibilidade, engajamento comunitário, promoção do desenvolvimento econômico e uma imagem pública positiva, todos essenciais para uma administração municipal bem-sucedida.

8. PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS

Dar continuidade ao processo licitatório, com a produção do Termo de Referência e Edital.

Seguir os procedimentos licitatórios previstos na LEI Nº 12.232, DE 29 DE ABRIL DE 2010, Capítulo II- DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS.

9. CONTRATAÇÕES CORRELATAS

Não há necessidade de contratações correlatas ou interdependentes antes de contratar a agência de publicidade. A solução escolhida pode ser implementada de forma independente, sem a necessidade de outras contratações prévias.

10. IMPACTOS AMBIENTAIS

A contratação de uma agência de publicidade pela gestão municipal, apesar dos potenciais impactos ambientais, pode ser justificada pelos benefícios significativos que traz. Entre os impactos ambientais, destaca-se o uso de papel e impressão para materiais publicitários e a produção de conteúdos digitais, que consome energia. No entanto, esses impactos podem ser mitigados por práticas sustentáveis: como a colocação de uma mensagem incentivando o descarte adequado dos materiais gráficos, como panfletos.

Prefeitura Municipal do Ipojuca
Secretaria Municipal de Administração, Gestão e Logística
Comissão Permanente de Licitação

A contratação de uma agência de publicidade se dá pela eficiência e profissionalismo que ela traz para as campanhas, resultando em melhor direcionamento das mensagens e menos desperdício de materiais. Além disso, as agências de publicidade têm acesso a tecnologias avançadas que minimizam o impacto ambiental, como o marketing digital que reduz a necessidade de materiais físicos.

11. CONCLUSÃO

Com base no estudo técnico preliminar apresentado, é evidente que a contratação de uma agência de publicidade é a solução mais adequada para atender às necessidades de comunicação da Prefeitura Municipal do Ipojuca. A análise criteriosa das vantagens e desvantagens das opções disponíveis demonstra que os benefícios oferecidos por esta solução superam os custos associados, garantindo uma comunicação mais eficaz, ampla e impactante.

A contratação de uma agência de publicidade permitirá a veiculação de campanhas em mídias tradicionais como rádio, jornal e TV, ampliando o alcance das mensagens e garantindo que a população esteja bem informada e engajada nas ações da administração. A expertise de profissionais qualificados assegura a criação de campanhas criativas e eficazes, enquanto a rapidez na contratação de fornecedores terceirizados garante o cumprimento de prazos e a execução oportuna das campanhas.

Além disso, os resultados pretendidos com a contratação incluem o aumento da visibilidade dos projetos e ações, o engajamento e participação ativa da comunidade, a promoção do desenvolvimento econômico local, e a educação e conscientização sobre questões importantes como saúde pública, meio ambiente, segurança e direitos civis. A capacidade de responder rapidamente a eventos e situações emergentes, assegurando uma comunicação clara e eficiente durante crises ou emergências, é outro fator crucial que justifica a contratação.

A decisão de optar pela contratação de uma agência de publicidade é, portanto, estratégica e bem fundamentada, alinhando-se com os princípios constitucionais de publicidade e eficiência, bem como com as obrigações legais de transparência e clareza na comunicação com os cidadãos. Os benefícios em termos de qualidade, alcance e eficiência justificam plenamente o investimento, garantindo que a administração municipal possa cumprir suas obrigações de forma adequada e eficiente, promovendo uma relação mais próxima e produtiva com a comunidade.

Diante do exposto, recomenda-se dar continuidade ao processo licitatório, seguindo os procedimentos previstos na legislação pertinente, para a contratação da agência de publicidade que atenderá às necessidades de comunicação da Prefeitura Municipal do Ipojuca.

Ipojuca, 27 de maio de 2024.

Bruno Marinho da Cunha
Diretor
Matrícula: 73483