

1. PREÂMBULO

1.1 O MUNICÍPIO DE GUADALUPE-PI através da Comissão Permanente de Licitação, torna pública a licitação que tem como objeto a contratação de agência de publicidade /portal de notícia regional, para produção, criação e aquisição de programas para rádios locais sob sua inteira responsabilidade, controle de campanhas publicitárias em sites (regional) com postagens de banners e matérias referentes aos avisos e informativos dos atos da administração direta e indireta do município de Guadalupe, criação de mídias para rádios (vinhetas gravadas e/ou textos) e outros elementos de divulgação de campanhas e ações da administração pública municipal, que se processará pela modalidade de CONCORRÊNCIA PÚBLICA, com critério de julgamento do tipo TÉCNICA E PREÇO, pelo regime de empreitada por preços unitários em conformidade com as disposições da Lei nº. 8.666/1993, Lei nº. 12.232/2010 e Lei nº. 4.680/1965.

1.2 A Comissão Permanente de Licitações (CPL) receberá os envelopes contendo os as Propostas Técnicas e Financeiras dos interessados em participar da presente licitação até as **08:30 horas do dia 23 (vinte e três) de junho de 2022**, na Sala de Licitações da PMG, localizada na Praça Cesar Cals, 1300, Centro-Guadalupe-PI. Após o horário acima indicado, dar-se-á por encerrado o ato de recebimento dos envelopes e das propostas financeiras. No mesmo dia, hora e local, será dado o início à abertura dos envelopes.

1.3 As informações a respeito do cadastramento das empresas junto ao Município poderão ser obtidas junto a CPL, no endereço prefeituraguadalupe@outlook.com

1.4 **Impugnações ao Edital e Recursos**, deverão ser dirigidos à CPL e apresentados por escrito, dentro dos prazos definidos na Lei nº 8.666/1993, na Prefeitura Municipal de Guadalupe-PI e dirigidos a CPL. **Serão aceitos remetidos via correio ou e-mail (prefeituraguadalupe@outlook.com)**, desde que protocolados nos prazos estabelecidos no presente instrumento.

1.5 A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, termos que possam propiciar, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária (Envelope nº 1), a identificação da sua Proposta perante a Subcomissão Técnica.

1.6 A Comissão Permanente de Licitação dará publicidade de eventuais perguntas e respostas, às demais licitantes e interessados, no Diário Oficial dos Municípios, cabendo aos interessados o acompanhamento desses canais.

1.7. **Integram o presente Edital os seguintes anexos:**

Anexo I - Modelo de Procuração

Anexo II - Modelo de Declaração de disponibilidade de equipamentos e pessoal técnico adequado para execução do objeto licitado;

Anexo III - Modelo de Declaração de indicação do(s) responsável(is) técnico(s) pela execução do objeto da licitação;

Anexo IV - Modelo de Carta de Credenciamento;

Anexo V - Modelo de Declaração de inexistência de fato impeditivo de habilitação, conforme art. 32 §2º da lei nº. 8.666/1993.

Pública, e de cumprimento do art. 27, inc. V, da Lei nº. 8.666/1993;

Anexo VI - Modelo de declaração de que a licitante não está temporariamente suspensa de participar em licitação e impedida de contratar com a Administração do Município de GUADALUPE, não foi declarada inidônea para licitar ou contratar com a Administração

Anexo VII - Modelo de Declaração de enquadramento no Art. 3º e não incursão nos impedimentos do § 4º do mesmo Artigo da Lei Complementar nº. 123/2006;

Anexo VIII – Minuta de contrato.

Anexo IX – Briefing

1.8 Expediente externo: Comissão Permanente de Licitação, de segunda-feira a sexta-feira, das 8h às 12h, exceto feriados. Eventuais alterações de horário do expediente externo serão publicadas no Diário Oficial do Município, e Mural Oficial, localizado na Praça César Cals, 1300, Centro, Guadalupe-PI, cabendo às licitantes realizar o acompanhamento.

1.9. Poderá participar da licitação toda e qualquer empresa que satisfaça plenamente as condições do presente Edital, desde que não esteja enquadrada em uma das situações abaixo relacionadas:

a) declaradas inidôneas para licitar ou contratar com a Administração Pública, que tenha sido penalizada por esta Municipalidade, com suspensão da participação em licitação e/ou contratar com a administração pública ou qualquer de seus órgãos descentralizados;

b) que esteja enquadrada nas demais hipóteses previstas no art. 9º da Lei nº. 8.666/1993.

2. DO OBJETO

2.1. Contratação de agência de publicidade /portal de notícia regional, para produção, criação e aquisição de programas para rádios locais sob sua inteira responsabilidade, controle de campanhas publicitárias em sites (regional) com postagens de banners e matérias referentes aos avisos e informativos dos atos da administração direta e indireta do município de Guadalupe, criação de mídias para rádios (vinhetas gravadas e/ou textos) e outros elementos de divulgação de campanhas e ações da administração pública municipal.

2.1.1. A execução do objeto está expressamente condicionada aos termos e especificações constantes no termo de referência/memorial descritivo e demais anexos deste edital.

3. DA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS

3.1 Para a prestação dos serviços serão contratadas agências de propaganda, doravante denominadas agências, licitantes ou contratadas:

a) Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965.

b) As agências atuarão por ordem e conta do MUNICÍPIO DE GUADALUPE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem

4. CREDENCIAMENTO E REGIME DIFERENCIADO PARA MICROEMPRESAS (ME) E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE (EPP).

4.1. Na abertura da sessão pública, conforme o dia, horário e local mencionado no preâmbulo deste Edital, o representante legal da licitante deverá realizar o seu credenciamento, entregando a

Comissão Permanente de Licitações, apenso externamente aos seus envelopes, os seguintes documentos:

- a)** original da cédula de identidade ou documento equivalente, para conferência e posterior devolução;
- b)** original ou cópia simples do Registro comercial no caso de empresa individual, ato constitutivo, estatuto ou contrato social, em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresárias e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documento de eleição de seus administradores, inscrição do ato constitutivo no caso de sociedades simples, acompanhada de documento comprobatório da diretoria em exercício e, ainda, 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.
- c)** Procuração hábil, nos termos da Lei ou Carta de Credenciamento, conforme modelo anexo;

4.1.1. A não apresentação ou incorreção nos documentos de credenciamento a que se refere este item 4.1., não excluirão o licitante do certame, mas impedirão o seu representante de se manifestar pela empresa, bem como praticar qualquer outro ato inerente a este procedimento.

4.1.2. O representante legal ou procurador do licitante poderá, a qualquer tempo, ser substituído por outro, desde que devidamente credenciado.

4.2. Não será admitida a participação de um mesmo representante legal e/ou procurador para mais de um licitante.

4.3. As microempresas e empresas de pequeno porte poderão participar desta licitação em condições diferenciadas, na forma prescrita da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, Lei Complementar nº. 127 de agosto de 2007 e Lei Complementar nº. 128 de dezembro de 2008, nos termos do Item 3º Inciso II alínea "d" deste edital, e 147 de 07 de agosto de 2014.

4.4. Havendo interesse em participar no certame, de Microempresa ou Empresa De Pequeno Porte, optante ou não pelo sistema simples conforme estabelece os ditames da Lei Complementar 123, de 14 de dezembro de 2006, da Lei Federal nº 147, de 07 de agosto de 2014 e em observância ainda aos Artigos 47 e 48 da lei complementar 147 de 07 de agosto de 2014, a mesma deverá disponibilizar instrumento que a qualifique como tal, comprovando serem sediadas no município de Guadalupe (PI), devendo o respectivo instrumento ser entregue diretamente ao Presidente da Comissão Permanente de Licitações no início do certame.

4.5. Este Instrumento convocatório em atendimento ao art. 48, inciso I da Lei complementar 147 de 07 de agosto de 2014, procedendo à contratação dos itens cotados até R\$ 80.000,00 com exclusividade às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, e estabelecendo a prioridade de contratação para as microempresas e empresas de pequeno porte sediadas local ou regionalmente neste caso específico até o limite de 10% (dez por cento), fomentando assim o mercado local, conciliando duas diretrizes constitucionais da ordem econômica quais sejam o desenvolvimento regional (art. 170, VII da CF) e tratamento favorecido às empresas de pequeno porte (art. 170, IX da CF.), esta prioridade não se aplica caso não seja atendido o quantitativo de três Micro empresas ou empresas de Pequeno Porte sediadas no local, em entendimento aos art. 49 inciso II, da Lei complementar 147/14.

5. DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO E DAS PROPOSTAS

5.1. Os envelopes com as propostas técnicas e de preços, serão recebidos pela CPL, em envelopes **distintos**, em sessão pública a ser realizada em dia, horário e local designado no PREÂMBULO deste edital.

- ✓ Envelope nº 1: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA (**Esse envelope não poderá conter NENHUMA inscrição, marca ou sinal aposto que possibilite identificar ou relacionar o mesmo com sua proponente**);
- ✓ Envelope nº 2: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA,
- ✓ Envelope nº 3: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, O REPERTÓRIO E OS RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO,
- ✓ Envelope nº 4 – PLANILHA DE PREÇOS SUJEITO A VALORAÇÃO (PROPOSTA FINANCEIRA)
- ✓ Envelope nº 5 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

5.1.1. Em dia e horário designados no item I, do edital, para a primeira sessão pública de abertura da licitação, serão recebidos os envelopes nº 1, 2, 3 e 4 e, serão abertos os envelopes do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA (Envelope nº 1 – **sem nenhuma marca ou sinal aposto**) e o de CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, O REPERTÓRIO E OS RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO (Envelope nº 3), que posteriormente serão encaminhados para análise da Subcomissão Técnica.

a) Não serão aceitos pela CPL, envelopes, documentos ou propostas entregues, ainda que recebidos, em local diverso do especificado no item I – PREÂMBULO e, que por qualquer razão, **não tenham chegado à CPL até a data e horário da abertura da licitação**. Os envelopes, das propostas técnicas e de preço deverão estar todos lacrados. Para os envelopes de nº 2, nº 3 e nº 4, sugerimos a identificação como segue:

EDITAL CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº. 001/2022

ENVELOPE Nº. 02 – PROPOSTA TÉCNICA

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA

LICITANTE: Nome da Licitante (admitida sua identificação por envelope timbrado) CNPJ:

EDITAL CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº. 001/2022

ENVELOPE Nº. 03 – PROPOSTA TÉCNICA

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

LICITANTE: Nome da Licitante (admitida sua identificação por envelope timbrado) CNPJ:

EDITAL CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº. 001/2022

ENVELOPE Nº. 04 – PROPOSTA FINANCEIRA

PLANILHA DE PREÇOS SUJEITO A VALORAÇÃO (PROPOSTA FINANCEIRA)

LICITANTE: Nome da Licitante (admitida sua identificação por envelope timbrado) CNPJ:

b) Os documentos de habilitação (Envelope nº 5) serão apresentados apenas pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas, de acordo com inciso XI do art. 11, da Lei 12.232, de 29 de abril de 2010, sendo recebidos e abertos em sessão pública com data, local e horário designados pela Comissão Permanente de Licitação, quando da divulgação da Ata de Julgamento Final da Fase de Propostas, divulgada no Diário Oficial dos Municípios, sugerimos a identificação como segue:

EDITAL CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº. 001/2022

ENVELOPE Nº. 05 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

LICITANTE: Nome da Licitante (admitida sua identificação por envelope timbrado) CNPJ:

5.2. No Envelope do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que tratam os subitens 6.2 e 6.3.

- a) Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no Envelope padronizado fornecido, **obrigatoriamente**, pela ADMINISTRAÇÃO MUNICIPAL DE GUADALUPE-PI.
- b) O Envelope padronizado deverá ser retirado pela interessada de segunda a sexta – feira no horário das 8:00 às 12:00 horas, na Praça Cesar Cals, 1300, Centro, Guadalupe-PI.
- c) O Envelope padronizado fornecido, só será entregue à agência que o solicite diretamente junto à CPL, **pessoalmente OU através de pessoa que seja devidamente autorizada pela licitante para retirada do mesmo**. Será fornecido apenas 1(um) envelope por empresa.

5.2.1. O Envelope supracitado, entregue no dia da sessão pública, deverá estar lacrado, para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária – VIA NÃO IDENTIFICADA. Não poderá conter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste no Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que venha a possibilitar a identificação da autoria deste, antes da abertura do Envelope nº 2. O Envelope, externamente, também não deverá estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

5.3 No Envelope nº 2, deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação**

Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 6.4., deverá ser providenciado pela interessada,

- a) O Envelope nº 1 será constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo e deverá estar fechado e identificado, conforme modelo, inviolável, quanto às informações de que trata, até a sua abertura.

5.4 No Envelope nº 2 deverão estar acondicionados a **Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**, de que tratam os subitens 6.5 a 6.10.4

- a) O Envelope nº 2 deverá estar fechado e identificado, conforme modelo e, deverá ser providenciado pela licitante.

5.5 O Envelope nº 3 deverá acondicionar a **Planilha de Preços Sujeito a Valoração (Proposta Financeira)**, será constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo e deverá estar fechado e identificado, conforme modelo, inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura. Será providenciado pela empresa.

5.6. O Envelope nº 4 deverá ter acondicionado os **Documentos de Habilitação**, que serão recebidos e abertos em sessão pública, sendo apresentados apenas pelas licitantes **Classificadas na Fase de Final das Propostas**, de acordo com a previsão da Lei 12.232/2010.

5.7. O envelope nº. 04 deverá conter:

HABILITAÇÃO JURÍDICA

5.7.1. **Registro comercial** no caso de empresa individual, ato constitutivo, estatuto ou contrato social, em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresárias e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documento de eleição de seus administradores, inscrição do ato constitutivo no caso de sociedades simples, acompanhada de documento comprobatório da diretoria em exercício e, ainda, decreto de autorização.

5.7.2. **Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ)**, em conformidade com a Instrução Normativa RFB. Nº. 1.634/2016.

5.7.3. **Prova de Inscrição** no Cadastro de Contribuintes Municipal, relativo ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual.

5.7.4. **Declaração formal**, conforme modelo anexo, de que a licitante não está temporariamente suspensa de participar em licitação e impedida de contratar com a Administração, não foi declarada inidônea para licitar ou contratar com a Administração Pública, bem como não possui, em seu quadro de pessoal, empregado ou associado menor de dezoito anos realizando trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e/ou menor de dezesseis anos, em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de quatorze anos, nos termos do art. 27, inc. V, da Lei nº. 8.666/93 e art. 7º, inc. XXXIII, da Constituição Federal, assinada por representante legal da licitante ou por procurador / credenciado, munido de procuração hábil, nos termos da Lei, ou de carta de credenciamento, nos termos do modelo anexo.

REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA

5.7.5. **Certidão, negativa ou positiva com efeitos de negativa**, relativa aos Tributos Federais e Seguridade Social expedida nos termos do Decreto Federal nº 5.512/2005 e da portaria conjunta RFB/PGFN nº 1.751/2014;

5.7.6. **Prova de regularidade** com as Fazendas Estadual e Municipal do domicílio ou sede da licitante:

- a) Certidão, negativa ou positiva com efeitos de negativa, de Tributos Estaduais e federais expedida pela Secretaria e/ou Delegacias da Fazenda Estadual;
- b) Certidão, negativa ou positiva com efeitos de negativa, de Tributos Municipais, expedida pela Secretaria Municipal da Fazenda do Município relativo ao domicílio ou sede da licitante;
- c) Alvará de funcionamento válido.

5.7.8. Prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço, pela apresentação do Certificado de Regularidade (CRF).

QUALIFICAÇÃO FINANCEIRA

5.7.9. Certidão negativa em matéria falimentar, concordatária e de recuperação judicial e extrajudicial, expedida pelo distribuidor da sede da licitante.

6. OBSERVAÇÕES RELATIVAS À APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICA E DE PREÇOS

6.1 A licitante deverá apresentar suas Propostas Técnicas estruturadas em 4 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária via não identificada, Plano de Comunicação Publicitária via identificada, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e Proposta Financeira - Planilha de Preços Sujeito a Valoração.

6.1.1 As Propostas serão redigidas em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

6.2 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma:

- em papel A4, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato;
- com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- com textos justificados;
- com espaçamento 'simples' entre as linhas;
- com texto e numeração de páginas em fonte 'arial', estilo 'normal', cor 'automático', tamanho '12 pontos', observado o disposto na alínea 'b' do subitem 6.2.1;
- com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², ambas em branco; –**sem identificação da licitante**

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

- a) os dados e informações dos quadros e ou tabelas devem ser editados na fonte 'arial', estilo 'normal', 'automático', tamanho '10 pontos';
- b) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e ou tabelas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado. As áreas ocupadas das duas páginas serão consideradas no cômputo do limite previsto no subitem 6.2.6.

6.2.2 As especificações do item 6.2 aplicam-se à indicação prevista no subitem 6.3.3.3.

6.2.3 As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em tons de cinza.

- 6.2.3.1 As tabelas, gráficos e planilhas desse subquesto poderão ser apresentados em papel A3 dobrado.
- 6.2.4 Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 6.2.
- 6.2.4.1 Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Envelope, cabendo à licitante atentar para o disposto nos subitens 5.2.1 e 6.2.5.1. deste Edital.
- 6.2.5 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada nã o poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Envelope nº 2.
- 6.2.5.1 O Envelope, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão Permanente de Licitação se não:
- a) estiver identificado, apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Envelope nº 2, estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada
- 6.2.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 6.3.3 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquestos.
- 6.2.7 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto nos subitens 5.2.1, no subitem 6.2.4.1, na alínea 'a' do subitem 6.2.5.1.
- 6.2.8 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.
- 6.2.9 Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquestos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.
- 6.2.9.1 Não há necessidade de lançar nessas páginas os subitens deste Edital a que correspondem o quesito e seus subquestos nem os textos expressos nesses subitens. 6.2.9.2 Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 6.2, no que couber.

6.3 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquestos

Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, deverá ser elaborado com base no Briefing - Anexo IX, observadas as seguintes disposições:

- 6.3.1 Raciocínio Básico: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da ADMINISTRAÇÃO MUNICIPAL DE GUADALUPE para enfrentar o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s); **Anexo IX**
- 6.3.2 Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a

ser(em) enfrentado(s) e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela ADMINISTRAÇÃO MUNICIPAL DE GUADALUPE, compreendendo: **Anexo IX**

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

6.3.3 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 no subitem 6.3.2, com comentários sobre cada peça e ou material.
- 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.

6.3.3.1 Os comentários mencionados na alínea 'a' do subitem 6.3.3 estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material.

6.3.3.2 Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado 'fisicamente', conforme estabelecido na alínea 'b' do subitem 6.3.3 e na alínea 'a' do subitem 6.3.3.3, a relação prevista na alínea 'a' do subitem 6.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

6.3.3.3 Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea 'b' do subitem 6.3.3:

- a) estão limitados a 20, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material;
- b) podem ser apresentados sob a forma de: b1) roteiro, leiaute e ou *story-board* impressos, para qualquer meio; b2) protótipo ou 'monstro', para rádio e internet; b3) *story-board* animado ou *animatic*, para TV e cinema. c) só serão aceitos finalizados em caso de não mídia.

6.3.3.3.1 Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas 'fisicamente', até o limite de que trata a alínea 'a' do subitem 6.3.3.3, devem ser observadas as seguintes regras:

- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como peças;
- b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c) anúncio composto de páginas sequenciais será considerado uma peça;
- d) anúncio para *tablets* e similares com mais de uma página será considerado uma peça;
- e) adesivagem de *fingers* e similares será considerada uma peça;
- f) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados uma peça;
- g) um filme e o *hotsite* em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;

- h) um *banner* e o *hotsite* para o qual ele esteja direcionado serão considerados uma peça.
- i) 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 uma peça.

6.3.3.3.2 Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, 'monstro' internet) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 6.3.3

6.3.3.3.3 Os *story-boards* animados ou *animatics* e os protótipos ou 'monstros' poderão ser apresentados em CD, CD-ROM, DVD-Rom, executáveis em computadores pessoais, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

6.3.3.3.4 Os 'monstros' de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de .pdf, .jpg, .html, .mpeg, .swf e .mov

6.3.3.3.5 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou *passee-partout*, observado o disposto no subitem 6.2.4.1. Peças que não se ajustem às dimensões do Envelope nº 1 podem ser dobradas.

6.3.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:

a) 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, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

b) 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, tabelas, gráficos e planilhas.

6.3.4.1 Todas as peças e material que integrem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 6.3.3 deverão constar dessa simulação.

6.3.4.2 Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de distribuição das peças e ou material;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e ou material de não mídia.

6.3.4.3 Nessa simulação:

- a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) 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;
- c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

6.4 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem exemplos de peças e/ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da licitante, 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.

Capacidade de Atendimento

6.5 A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento 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.

6.5.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 6.5 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

6.5.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 6.5 n ã o

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.

6.5.3 Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento.

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

- a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, 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 as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, internet e comunicação digital, produção gráfica, mídia e atendimento;
- c) as instalações, a infraestrutura 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 e na elaboração de plano de mídia;

e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do MUNICÍPIO DE GUADALUPE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

Repertório

6.7 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.

6.7.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 6.7 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

6.7.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente n ã o 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.

6.7.3 Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

6.8 O Repertório será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

6.8.1 A licitante deverá apresentar 10 (dez) peças ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

6.8.1.1 As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 01/01/2012.

6.8.1.2 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD.

6.8.1.3 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 6.7, 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.

6.8.1.4 Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 6.8.1, 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 na alínea 'c' do subitem 7.3.1.

6.8.2 Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica 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.

6.8.3 As peças e ou material n ã o podem referir-se a trabalhos solicitados e ou aprovados pela ADMINISTRAÇÃO MUNICIPAL DE GUADALUPE.

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

6.9 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.

6.9.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 6.9 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

6.9.2 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 que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope nº 2 .

6.10 A licitante deverá apresentar 03 (três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

6.10.1 As propostas de que trata o subitem 6.10 devem ter sido implementadas a partir de 01/01/2012.

6.10.2 Se a licitante apresentar relatos em quantidade inferior à estabelecida no subitem 6.10, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de relatos apresentados. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista na alínea 'd' do subitem 7.3.1.

6.10.3 Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e ou aprovadas pela ADMINISTRAÇÃO MUNICIPAL DE GUADALUPE-PI.

6.11 Observações gerais:

6.11.1. Não serão aceitos documentos ou propostas em papel termo sensível (fax).

6.11.2. Após a fase de habilitação, não caberá desistência de proposta, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela CPL.

6.11.3. Os documentos e as propostas apresentados deverão, obrigatoriamente, ser expressos na língua portuguesa ou traduzidos por tradutor juramentado.

6.11.4. A simples participação da empresa na licitação implica a aceitação de todas as condições estabelecidas neste Edital.

6.11.5. As cláusulas relativas aos Prazos e Vigência Contratual, Condições Gerais, Obrigações da Contratada e do Contratante, Fiscalização, Pagamentos, Penalidades e demais cláusulas e condições relativas à execução do objeto, estão previstas na Minuta do Contrato e deverão ser atendidas na íntegra pela(s) licitante(s) vencedora(s).

7. DOS JULGAMENTOS E DA NOTA FINAL

7.1. O critério de julgamento será o de técnica e preço, nos termos das disposições contidas na Lei nº. 8.666/93, desde que atendidas às condições estabelecidas neste Edital e seus Anexos, da seguinte maneira:

Julgamento final:

O critério de julgamento final considerará a valoração da técnica e do preço, onde a proposta técnica terá peso 70 e a proposta financeira peso 30 (70/30).

O cálculo da nota final, técnica e preço, será feito mediante a soma dos valores da proposta técnica (item 7.3.1) e de preços (9.4.2) da seguinte forma:

$$NF = NT + NP$$

onde:

NF = Nota final

NT = Nota Técnica

NP = Nota de Preços

7.1.1 A Subcomissão Técnica prevista no subitem 18.2 deste Edital analisará as Propostas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

7.2 Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito:

7.2.1 Plano de Comunicação Publicitária

7.2.1.1 Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:

- a) das funções e do papel do MUNICÍPIO DE GUADALUPE nos contextos social, político e econômico;
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do MUNICÍPIO DE GUADALUPE com seus públicos;
- c) das características do MUNICÍPIO DE GUADALUPE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- e) dos desafios ou dos problemas, geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pela ADMINISTRAÇÃO MUNICIPAL DE GUADALUPE;
- f) das necessidades de comunicação do MUNICÍPIO DE GUADALUPE para enfrentar esses desafios ou problemas.

7.2.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do MUNICÍPIO DE GUADALUPE e a seus desafios ou problemas, gerais e ou específicos, de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do MUNICÍPIO DE GUADALUPE com seus públicos;
- d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução dos desafios ou dos problemas, gerais e ou específicos, de comunicação da ADMINISTRAÇÃO MUNICIPAL DE GUADALUPE;
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o MUNICÍPIO DE GUADALUPE, o mercado no qual se insere, seus desafios ou problemas, geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ele desejadas e a verba disponível.

7.2.1.3 Ideia Criativa

- a) sua adequação aos desafios ou problemas, gerais e ou específico, de comunicação

do MUNICÍPIO DE GUADALUPE;

- b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- g) sua pertinência às atividades da ADMINISTRAÇÃO MUNICIPAL DE GUADALUPE e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;
- i) a exequibilidade das peças e ou do material;
- j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

7.2.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do MUNICÍPIO DE GUADALUPE;
- e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;
- f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

7.2.2 Capacidade de Atendimento

- a) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- b) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da ADMINISTRAÇÃO MUNICIPAL DE GUADALUPE;
- c) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- d) a operacionalidade do relacionamento entre a ADMINISTRAÇÃO MUNICIPAL DE GUADALUPE e a licitante, esquematizado na proposta;
- e) 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 do MUNICÍPIO DE GUADALUPE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

7.2.3 Repertório

- a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;
- b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;
- c) a clareza da exposição das informações prestadas;

7.2.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a) a evidência de planejamento publicitário;
- b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- c) a relevância dos resultados apresentados;
- d) na concatenação lógica da exposição.

7.3 A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos, terá o peso de 70% da nota final e será apurada segundo a metodologia a seguir.

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

- a. Plano de Comunicação Publicitária: a1) Raciocínio Básico: **5** (cinco); a2) Estratégia de Comunicação Publicitária: **25** (vinte e cinco); a3) Ideia Criativa: **25** (vinte e cinco); a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia: **10** (dez)
a1) + a2) + a3) + a4) = **65(sessenta e cinco) pontos é o total do quesito "a"**
- b. Capacidade de Atendimento: **total de 15 (quinze)**
- c. Repertório: **total de 10 (dez)**
- d. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: **total de 10 (dez)**

$$NT = (a + b + c + d) \times 0,7.$$

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

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

7.3.2.2 Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesitos, 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 ou subquesitos reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

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

7.4 Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 7.2.1.1 a 7.2.1.4 e 7.2.2. a 7.2.4.

7.5 Se houver empate que impossibilite a identificação automática das duas licitantes mais bem-classificadas nesta fase, serão consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 7.2.1, 7.2.2, 7.2.3 e 7.2.4.

7.6 Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio público, a ser realizado em sessão ou em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitação, cuja data será divulgada no Diário Oficial dos Municípios, no mural da PMG para o qual estarão convidadas todas as licitantes.

8. DA APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

8.1 A Proposta de Preços da licitante deverá ser:

- a) apresentada em papel que identifique a licitante, escrita em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;
- b) datada e assinada nos documentos referidos nos subitens 8.2 e 8.3, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificada;

9. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

9.1 As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

9.3 Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha que constitui o Anexo III nos termos do art. 46, § 1º, da Lei nº 8.666/1993.

9.4 A nota da Proposta de Preços será apurada conforme a metodologia a seguir.

9.4.1 A Comissão Permanente de Licitações calculará os pontos de cada quesito a ser valorado.

9.4.2 A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes no edital.

9.4.3 A Proposta de Preços que obtiver a maior nota será considerada como a de menor preço.

9.4.3.1 Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente:

- a) o maior percentual de desconto sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante;

10. OBSERVAÇÕES SOBRE O JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS E DIVULGAÇÃO DO RESULTADO

10.1 O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços desta concorrência será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 8.666/1993 para o tipo técnica e preço.

10.2 Serão consideradas vencedoras do julgamento final das Propostas as duas licitantes mais bem classificadas no julgamento das Propostas – observado o disposto no Termo de Referência e demais anexos deste Edital – e que tiverem apresentado a Proposta de menor preço ou que concordarem em praticar o menor preço entre as Propostas de Preços apresentadas pelas licitantes classificadas.

10.3. Não serão aceitas as propostas que deixarem de atender, no todo ou em parte, qualquer das disposições deste Edital, bem como aquelas manifestamente inexecutáveis, presumindo-se como tais as que apresentarem preços vis ou excessivos, face aos preços praticados no mercado.

10.4. Não serão admitidos, sob quaisquer motivos, modificações ou substituições das propostas ou de quaisquer documentos.

10.5. É facultada à CPL, em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou a complementar a instrução do procedimento licitatório.

10.6. Quando todas as licitantes forem inabilitadas ou todas as propostas forem desclassificadas, a Administração poderá fixar às licitantes o prazo de 08 (oito) dias úteis para a apresentação de novos documentos ou de novas propostas, escoimados das causas que originaram a inabilitação ou a desclassificação.

10.7. Os julgamentos, comunicações e demais decisões proferidas pela CPL, serão publicadas no Diário Oficial dos Municípios, no Mural Oficial afixado no átrio da PMG, sito a Praça César Cals, 1300, Centro- Guadalupe-PI.

11. DO EMPATE

11.1. Será assegurado, como critério de desempate, preferência de contratação para as MEs e EPPs, entendendo-se por empate aquelas situações em que as propostas apresentadas pelas MEs e EPPs sejam iguais ou até 10% (dez por cento) superiores ao melhor preço e desde que o melhor preço não seja de uma ME ou EPP.

11.1.1. Ocorrendo o empate, proceder-se-á da seguinte forma:

- a) A ME ou EPP mais bem classificada será convocada para apresentar nova proposta no prazo máximo de 1 dia após a notificação do empate, sob pena de preclusão.
- b) A ME ou EPP mais bem classificada poderá apresentar proposta de preço inferior àquela considerada vencedora da licitação, situação em que será adjudicado em seu favor o objeto licitado;
- c) Não ocorrendo a contratação da ME ou EPP, na forma da alínea "a", serão convocadas as MEs e EPPs remanescentes que porventura se enquadrem na hipótese dos item 11.1., na ordem classificatória, para o exercício do mesmo direito;

11.2. No caso de empate real dos valores apresentados pelas MEs e EPPs que se encontrem no intervalo estabelecido no item 11.1., será realizado sorteio, em ato público, entre elas para que se identifique aquela que primeiro poderá apresentar melhor proposta.

11.3. Na hipótese da não contratação nos termos previstos acima, o objeto licitado será adjudicado em favor da proposta originalmente vencedora da licitação, após verificação da documentação de habilitação.

11.4. O disposto neste item somente se aplicará quando a melhor oferta não tiver sido apresentada por microempresa ou empresa de pequeno porte.

11.5. No caso de empate entre duas ou mais propostas, e não for o caso de utilização da preferência do item 11.1., a classificação far-se-á, obrigatoriamente, por sorteio, em ato público, para o qual todas as licitantes serão convocadas.

12. CONDIÇÕES CONTRATUAIS

12.1 A licitante vencedora terá o prazo de até 2 (dois) dias, contado a partir da convocação, para assinar o respectivo instrumento de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo IX, e o prazo de até 7 (sete) dias, contado a partir da data de assinatura do contrato.

13. FISCALIZAÇÃO

13.1 A ADMINISTRAÇÃO MUNICIPAL DE GUADALUPE nomeará um ou mais gestores titulares e um substituto da Prefeitura, para executar a fiscalização dos contratos resultantes desta concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas

porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar as contratadas, objetivando sua imediata correção.

14. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

14.1 O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pelas contratadas, sem justificativa aceita pela ADMINISTRAÇÃO MUNICIPAL DE GUADALUPE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as sanções previstas em lei e nos contratos a serem firmados entre as partes.

14.2 Se as licitantes vencedoras se recusarem a assinar o respectivo contrato ou a constituir a garantia contratual, o MUNICÍPIO DE GUADALUPE lhes aplicará multa compensatória de 2 % (dois por cento), calculada sobre o valor da proposta, além de poder aplicar-lhes outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 8.666/1993.

15. DISPOSIÇÕES FINAIS

15.1 É facultada à Comissão Permanente de Licitação ou autoridade superior, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveriam constar originalmente das Propostas Técnicas e de Preços ou dos Documentos de Habilitação.

15.1.1 A Comissão Permanente de Licitação ou autoridade superior deverão adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do Envelope nº 2.

15.2 A Subcomissão Técnica, poderá proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem que as agências classificadas no julgamento das Propostas Técnicas disponibilizarão para a realização dos serviços objeto desta concorrência.

15.3 Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica) deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pela ADMINISTRAÇÃO MUNICIPAL DE GUADALUPE.

15.4 É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.

15.5 Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o MUNICÍPIO DE GUADALUPE comunicará os fatos verificados à Procuradoria Geral do Município e ao Ministério Público Estadual, para as providências devidas.

15.6 É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 93 da Lei nº 8.666/1993.

15.7 Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

15.8 Qualquer tentativa de uma licitante influenciar a Comissão Permanente de Licitação no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

15.9 Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por

razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

15.10 Antes da data marcada para a abertura dos Envelopes com as Propostas e os Documentos de Habilitação, a Comissão Permanente de Licitação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa ou em consequência de solicitações de esclarecimentos, alterar este Edital e seus anexos, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação dos Documentos e Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

15.11 As questões suscitadas por este Edital que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no foro da cidade de GUADALUPE – PI.

16. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS E TOTAL DAS DESPESAS

16.1 A soma das despesas resultantes desta concorrência está estimada em **R\$ 36.000,00 (trinta e seis mil reais)/ano**, e será executada de acordo com as necessidades deste órgão.

DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA: 04.122.0002.2015.0000
PROJETO/ATIVIDADE: 2015
ELEMENTO DE DESPESA: 339039

16.2 A ADMINISTRAÇÃO MUNICIPAL DE GUADALUPE se reserva ao direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

17. DA EXECUÇÃO CONTRATUAL

17.1. As cláusulas relativas aos Prazos e Vigência Contratual, Condições Gerais, Obrigações da Contratada e do Contratante, Fiscalização, Pagamentos, Penalidades e demais cláusulas e condições relativas à execução do objeto, estão previstas na Minuta de Contrato, além do Cronograma Físico-Financeiro anexo e da Proposta Financeira apresentada, os quais deverão ser atendidos na íntegra.

18. DO FORO

18.1. As dúvidas e quaisquer controvérsias oriundas da Concorrência Pública, quando não resolvidas administrativamente, serão resolvidas pelo Foro da Comarca de GUADALUPE/PI.

Município de GUADALUPE-PI, aos cinco dias de maio de 2022.

ÊNIO FERNANDES DA SILVA
PRESIDENTE DA CPL



ANEXO I – MODELO DE PROCURAÇÃO

Outorgante

Qualificação (nome, CNPJ, endereço, nome empresarial etc.)

Outorgado

representante devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante no EDITAL N°. xxx/xxxx – CONCORRÊNCIA PÚBLICA N°. 001/2022

Poderes

Retirar editais, apresentar Propostas e Documentos de Habilitação, participar de sessões públicas de abertura dessas Propostas e Documentos, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar preços e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

Local e Data: _____, ____ de _____ de 2022

Nome do representante legal da licitante (nome da empresa)

Assinatura do representante legal da licitante (cargo e nome do representante)



ANEXO II – MODELO DE DECLARAÇÃO DE DISPONIBILIDADE DE EQUIPAMENTOS E PESSOAL TÉCNICO ADEQUADO PARA EXECUÇÃO DO OBJETO LICITADO.

Declaro, sob as penas da Lei e em atendimento ao Edital da Concorrência Pública nº 001/2022, que a Empresa _____, CNPJ nº. _____._____/_____-____, dispõe de pessoal técnico adequado para a execução do objeto da licitação

Local e Data: _____, ____ de _____ de 2022.

_____ Nome do representante legal da licitante

Assinatura do representante legal da licitante



ANEXO III – MODELO DE DECLARAÇÃO PARA INDICAÇÃO DO(S) REPRESENTANTE(S) LEGAL(IS) DA LICITANTE, RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO DO OBJETO DA LICITAÇÃO.

Declaro ainda, que o(s) Srs(as) _____,
CPF: _____ RG: _____ será(ão) o(s)
Representante(s) Legal(is) pela execução/gerência dos serviços objeto do presente certame.

Local e Data: _____, ____ de _____ de 2022.
_____ Nome do representante legal da licitante

Assinatura do representante legal da licitante



ANEXO IV – MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO

A licitante _____, CNPJ nº. _____._____._____/_____-
_____, com sede em _____, neste ato representada
por seu sócio-gerente/presidente/diretor
_____, credencia o/a Sr.(a) _____, conferindo-lhe
todos os poderes gerais necessários à prática de quaisquer atos relacionados com a presente
licitação, assim como os poderes específicos para assinar/ rubricar toda a documentação e as
propostas, emitir declarações, apresentar reclamações, impugnações ou recursos, desistir de prazos
recursais e assinar atas.

Local e Data: _____ de _____ de 2022.
_____ Nome do representante legal da licitante

Assinatura do representante legal da licitante



**ANEXO V– MODELO DE DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATO IMPEDITIVO DE HABILITAÇÃO,
CONFORME ART. 32 §2º DA LEI Nº. 8.666/1993**

Declaro(amos), sob as penas da Lei, que a licitante _____, CNPJ nº. _____.____/____-____, não possui fato impeditivo de habilitação e que tem pleno conhecimento e concordância com os termos deste Edital.

Declaramos, ainda, que estamos cientes da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores. Por ser verdade, firmamos a presente declaração para que produza seus efeitos de direito.

Local e Data: _____, ____ de _____ de 2022.

_____ Nome do representante legal da licitante

Assinatura do representante legal da licitante



ANEXO VI – MODELO DE DECLARAÇÃO DE QUE A LICITANTE NÃO ESTÁ TEMPORARIAMENTE SUSPensa DE PARTICIPAR EM LICITAÇÃO E IMPEDIDA DE CONTRATAR COM A ADMINISTRAÇÃO, NÃO FOI DECLARADA INIDÔNEA PARA LICITAR OU CONTRATAR COM A ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E DE CUMPRIMENTO DO ART. 27, INC. V, DA LEI Nº. 8.666/93.

Declaro (amos), sob as penas da Lei, que a licitante _____, CNPJ nº. _____.____/____-____, não está temporariamente suspensa de participar em licitação e impedida de contratar com a Administração, não foi declarada inidônea para licitar ou contratar com a Administração Pública, bem como não possui, em seu quadro de pessoal, empregado ou associado menor de dezoito anos realizando trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e/ou menor de dezesseis anos, em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de quatorze anos, nos termos do art. 27, inc. V, da Lei n.º 8.666/1993 e art. 7º, inc. XXXIII, da Constituição Federal.

Declaro (amos), ainda que todo e qualquer fato que importe em modificação da situação ora declarada será imediatamente comunicada, por escrito, a CPL/PMG do Município de GUADALUPE/PI

Local e Data: _____, ____ de _____ de 2022.

_____ Nome do representante legal da licitante

Assinatura do representante legal da licitante



ANEXO VII – MODELO DE DECLARAÇÃO DE ENQUADRAMENTO NO ART. 3º E NÃO INCURSÃO NOS IMPEDIMENTOS DO §4º DO MESMO ARTIGO DA LEI COMPLEMENTAR Nº. 123/2006.

Declaro(amos), sob as penas da Lei, que a licitante _____, CNPJ nº. _____.____/____-____, se enquadra na definição do art. 3º da Lei Complementar nº 123/2006, pelo que pretende exercer o **direito de preferência** conferido por esta Lei e que, para tanto, atende suas condições e requisitos, não estando incurso em nenhum dos impedimentos constantes de seu §4º.

Local e Data: _____, ____ de _____ de 2022.

_____ Nome do representante legal da licitante

Assinatura do representante legal da licitante



ANEXO VIII - MINUTA DO CONTRATO

CONTRATO N° ___/_____

Contrato de XXXXXX que entre si celebram a XXXXXXXXXXXXX e a Empresa XXXXXXXXXXXXXXXX.

A xxxxxxxx, pessoa jurídica de direito público interno, com sede foro e administração nesta cidade, na xxx, xxx, Guadalupe-Pi, inscrita no CNPJ N° xxxxxxxx, neste designado **CONTRATANTE**, representado pelo Sr(a). xxxxxxxx, domiciliado à xxxx s/n°. Bairro xxxxx, Guadalupe-Pi, com CPF n°. xxxxxxxxxxxxxx, RG n°. xxxxxxxxx, e a empresa xxxxxxxxxxxxxx, com sede na xxxxxxxxxxxxxx, n°. xxx, xxxxx, xxxx-xx, inscrita no CNPJ n°. xx.xxx.xxx.xxx-xx, aqui representada por seu Sócio(a) Administrador(a) o Sr. xxxxxxxxxxxxxx, com CPF n°. xxxxxxxxxxxxxx, residente na cidade de xxxxxxx, Estado do Piauí, denominada **CONTRATADA**, que apresentou os documentos exigidos por lei, **CELEBRAM ENTRE SI** o presente contrato XXXXXXXXXXXXX, tendo em vista a homologação da XXXXXXXXXXXXX N°. XXXXXX, regulado pelos preceitos de direito público, especialmente pela Lei n° 8.666/93 alterações posteriores, e de acordo com as cláusulas e condições a seguir enumeradas:

CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

1.1 A presente licitação tem por objeto a XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

1.2 – **A CONTRATADA** fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais os acréscimos ou supressões que se fizerem no objeto contratual até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado, nos termos do artigo 65 da Lei Federal n.º 8.666/93 e suas alterações posteriores. Parágrafo Único – **A CONTRATADA** executará os fornecimentos rigorosamente de acordo com os termos deste contrato e documentos dele integrantes.

CLÁUSULA SEGUNDA XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

2.1 – XXXXXXXXXXXXX parceladamente, até que seja atingida a quantidade total especificada, em atendimento às requisições periódicas expedidas pelo setor competente, sendo que as entregas deverão obedecer ao prazo estipulado no contrato e deverão ser feitas na sede do Município contratante.

2.2 – As requisições deverão conter a identificação da unidade requisitante, indicação expressa do número do contrato, do número desta licitação, do número do processo, a identificação da Contratada, a especificação dos itens, as quantidades, datas e horários e endereço de entrega.

2.3 – As requisições serão expedidas por quaisquer meios de comunicação que possibilitem a comprovação do respectivo recebimento por parte da Contratada, inclusive fac-símile e correio eletrônico.

2.4 O fornecimento somente poderá ser realizado mediante apresentação da Ordem de Serviços, emitido pela autoridade superior ou responsável por ele designado, nos termos da Lei.

2.5 – XXXXXXXXXXXX deverão ser entregues nas quantidades, locais e prazos pré-estabelecidos nas requisições expedidas pelo setor competente, sendo que o não cumprimento do prazo implicará em sanções que serão impostas a **CONTRATADA** pela autoridade responsável pelo contrato, conforme item 15.7 deste Edital.

2.6 – Os produtos que constarem data de validade deverão ser entregues pela empresa vencedora com prazo de validade não inferior a 12(doze) meses a contar do recebimento.

2.7 – Por ocasião da entrega, o fornecedor deverá colher comprovante de entrega contendo data, o nome, o cargo e a assinatura emitidos pela Administração responsável designado na respectiva requisição de fornecimento.

2.8 – **A CONTRATADA** comprometer-se-á a dar total garantia quanto à qualidade dos produtos fornecidos, bem como, efetuar a substituição imediata, o produto que vier a ser recusado, e totalmente às suas expensas de qualquer produto entregue comprovadamente adulterado ou inutilizável, na forma do art. 69 da Lei Federal nº 8.666/93, sem nenhum ônus para o Município.

2.9 – Correrão por conta da **CONTRATADA** todas as despesas de seguros, transporte, tributos, encargos trabalhistas, e previdenciários, decorrentes da entrega e da própria aquisição dos produtos, correndo a cargo da **CONTRATANTE** absolutamente os valores referentes ao efetivo fornecimento do objeto ao preço cotado na proposta da **CONTRATADA**.

CLÁUSULA TERCEIRA – RECEBIMENTO DOS SERVIÇOS

3.1 O recebimento dos produtos ficará a cargo da unidade requisitante, nos prazos, quantidades e locais estipulados nas requisições enviadas a **CONTRATADA**, através do seu representante ou servidor por ele designado, nos termos do Artigo 67 da Lei Federal nº 8.666/93, cuja entrega ocorrerá da seguinte forma:

a) A entrega dos produtos e da entrega da Fatura/Nota Fiscal será feita ao funcionário responsável, para verificação da conformidade do mesmo com a especificação técnica, da qualidade e da quantidade dos produtos requisitados, para que sejam considerados aceitos e aprovados os fornecimentos e, firmado pela autoridade responsável.

3.2 Caso seja verificado alguma falha quanto a defeitos de preparação, quantidades recebidas e qualidade dos produtos fornecidos, a **CONTRATADA** será notificada pelo Gestor/Fiscal do contrato e terá que efetuar a troca imediata dos produtos.

CLÁUSULA QUARTA – DO VALOR DO CONTRATO E FORMA DE PAGAMENTO

O valor do presente **CONTRATO** é de R\$ xxx,xx (XXXXXXXXXXXX).

4.2 O pagamento será realizado na Secretaria Municipal de Finanças de Guadalupe-PI, até 30 dias após a solicitação que deverá ser protocolada até o 5º (quinto) dia do mês subsequente ao do fornecimento, acompanhado da nota fiscal/fatura devidamente atestada, emitida juntamente com recibo em 04 (quatro) vias de igual valor, cópia do contrato e/ou nota de empenho, cópia das certidões de regularidade junto ao INSS e FGTS, certidão conjunta de débitos fiscais junto à união, certidão negativa de débitos junto à SEFAZ, certidão negativa de débitos junto à prefeitura municipal, Ordem de Fornecimento do objeto, firmado pela autoridade competente, e em conformidade com o disposto no art. 40, inciso XIV, alínea "a" da Lei 8.666/93.

A nota fiscal referida acima deve apresentar discriminadamente os produtos fornecidos a que se referir.

4.4 As notas fiscais/faturas que apresentarem incorreções serão devolvidas à **CONTRATADA** e neste caso o vencimento dar-se-á no prazo de 30 (trinta) dias, contados da apresentação da documentação devidamente corrigida e válida, não ocorrendo neste caso, quaisquer ônus por parte da Administração.

4.5 Nenhum pagamento será efetuado ao contratado enquanto estiver pendente de liquidação qualquer obrigação financeira que lhe tenha sido imposta em virtude de penalidade ou inadimplência contratual.

4.6 O pagamento somente será realizado após a verificação da situação da mesma, relativa às condições de habilitação exigidas na licitação, através de documentação anexada à fatura relativa aos Incisos III e IV, Art. 29 da Lei nº 8.666/93, e em caso de pendência o pagamento será suspenso.

4.7 Havendo erro na Nota Fiscal ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, aquela será devolvida a Contratada, e o pagamento ficará pendente até que a mesma providencie as medidas saneadoras. Nesta hipótese, o prazo para pagamento iniciar-se-á após a regularização da situação ou reapresentação do documento fiscal não acarretando qualquer ônus para o Município de Guadalupe-PI.

4.8 Não poderão ser cobrados juros e mora, recorrentes ao atraso de pagamento, de modo que a Contratante não poderá arcar com este ônus, salvo por decisão legal.

CLÁUSULA QUINTA – DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

As despesas decorrentes da execução do contrato correrão da seguinte forma:

Projeto/Atividade: *****

Elemento de Despesa: *****

CLÁUSULA SEXTA – DA VIGÊNCIA

6.1 O presente Contrato terá vigência até 31 de dezembro de 2022 e plena eficácia a partir da publicação de seu extrato no Diário Oficial dos Municípios.

CLÁUSULA SETIMA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

7.1 Sem prejuízo do integral cumprimento das disposições deste Edital, bem como das obrigações decorrentes do contrato, cabe à contratada:

- a) Zelar pela fiel execução do ajuste contratual, utilizando-se todos os recursos materiais e humanos necessários para tanto.
- b) Responder por quaisquer danos, perdas ou prejuízos, causados à **CONTRATANTE** ou a terceiros, por dolo ou culposos, na execução do contrato, bem como, por qualquer que venha a ser causados por seus prepostos, em idênticas hipóteses.
- c) Responder pelos encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais, comerciais e tributários, resultantes da execução do contrato, nos termos do Art. 71 da Lei Federal nº 8.666/93, com suas alterações.

- d) Arcar com todas as despesas diretas e/ou indiretas relacionadas com a execução do objeto da contratação, tais como: Transporte, frete, carga e descarga etc.
- e) Manter-se durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as demais obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação que darão origem ao contrato.
- f) A contratada se obriga a reconhecer os direitos da Administração, em caso de rescisão administrativa prevista no Art. 77 da Lei Federal nº 8.666/93.
- g) **A CONTRATADA** comprometer-se-á a dar total garantia quanto a qualidade dos produtos fornecidos, bem como, efetuar a substituição, e totalmente às suas expensas de qualquer material entregue fora das especificações constantes da proposta apresentada.
- h) Correrão por conta da **CONTRATADA** todas as despesas de seguros, transporte, tributos, encargos trabalhistas, fiscais, comerciais e previdenciários, decorrentes da entrega dos produtos, respondendo pelos mesmos nos termos do art. 71 da Lei Federal nº 8.666/93 com suas alterações.
- i) Não transferir a outrem, no todo ou em parte, o contrato, sem prévia e expressa anuência da **CONTRATANTE**;
- j) Assumir inteira responsabilidade pela execução do contrato e efetuar-los de acordo com as especificações constantes da proposta e/ou instruções do contrato;
- k) Comunicar imediatamente, por escrito, a **CONTRATANTE**, através da fiscalização do contrato, qualquer anormalidade verificada;
- l) Responder civil e penalmente por quaisquer danos materiais ou pessoais ocasionados à Administração e/ou a terceiros, por seus empregados dolosa ou culposamente;
- m) Fiscalizar o perfeito cumprimento do objeto do contrato, cabendo-lhe, integralmente o ônus decorrente, independentemente da fiscalização exercida pela **CONTRATANTE**;
- n) Arcar com eventuais prejuízos causados à **CONTRATANTE** e/ou a terceiros, provocados por ineficiência ou irregularidade cometida por seus empregados ou prepostos, na execução do contrato.
- o) Indicar à **CONTRATANTE** o nome de seu preposto para manter entendimento e receber comunicações ou transmiti-las ao executor do contrato conforme estabelecido no art. 68 da Lei Federal nº 8.666/93;
- p) Informar na proposta a qualificação do Representante autorizado a firmar o contrato, ou seja: nome completo, endereço, CPF, Carteira de Identidade, Estado Civil, Nacionalidade e Profissão, informando qual o instrumento que lhe outorga poderes para firmar o referido contrato (Contrato Social ou Procuração);
- q) Em nenhuma hipótese veicular publicidade ou qualquer outra informação à cerca das atividades objeto do contrato, sem prévia autorização da **CONTRATANTE**;
- r) Assumir todas e quaisquer reclamações e arcar com os ônus decorrentes de ações judiciais, por prejuízos ávidos e originados da execução do Contrato, e que sejam ajuizados contra a **CONTRATANTE** por terceiros;
- s) Submeter-se a mais ampla fiscalização da **CONTRATANTE**, por meio de seus fiscais/gestores a qualquer época durante a vigência do Contrato, a qual poderá ser efetuada nas dependências da **CONTRATADA**, tudo isto visando o rigoroso cumprimento das obrigações contratuais.

CLÁUSULA OITAVA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

8.1 Sem prejuízo do integral cumprimento de todas as demais obrigações decorrentes do contrato, cabe à contratante:

- a) Proporcionar todas as facilidades para que o fornecedor possa cumprir suas obrigações dentro das normas e condições deste procedimento;
- b) Rejeitar, no todo ou em parte, os produtos entregues em desacordo com as obrigações assumidas pelo fornecedor;
- c) Efetuar o pagamento nas condições pactuadas;
- d) Comunicar à empresa sobre possíveis irregularidades observadas nos produtos fornecidos, para imediata substituição, caso o produto esteja na garantia;
- e) Verificar a regularidade de recolhimento dos encargos sociais antes do pagamento.
- f) Caberá a contratante, no caso de a contratada não cumprir com os prazos estipulados para entrega dos produtos e demais condições pactuadas no contrato, efetuar sanções previstas na Lei Federal nº 8.666/93, na forma dos artigos 86 e 87 e no Edital.

CLÁUSULA NONA – DO REAJUSTE

9.1 A **CONTRATADA** fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais os acréscimos ou supressões que se fizerem no objeto contratual até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado, nos termos do artigo 65 da Lei Federal n.º 8.666/93 e suas alterações posteriores.

CLÁUSULA DÉCIMA – DAS PENALIDADES

10.1 Salvo ocorrência de caso fortuito ou de força maior, devidamente comprovados o descumprimento pela **CONTRATADA** de suas obrigações ou a infringência de preceitos legais implicarão, segundo a gravidade da falta, na aplicação das seguintes penalidades:

10.1.1 Multa de 0,2% (dois décimos por cento) ao dia, sobre o valor da contratação, por dia de atraso na entrega do produto ou no descumprimento das obrigações assumidas, até o 15º (décimo quinto) dia;

10.1.2 Multa de 0,5% (meio por cento) ao dia, sobre o valor da contratação, a partir do 16º (décimo sexto) dia de atraso na entrega do produto ou no descumprimento das obrigações assumidas, sem prejuízo das demais penalidades previstas na Lei nº 8.666/93;

10.1.3 Multa de até 20% (vinte por cento) sobre o valor do contrato, no inadimplemento total da entrega do produto e/ou no descumprimento das obrigações assumidas;

10.1.4 Suspensão temporária do direito de participar de licitação, bem como o impedimento de contratar com o **CONTRATANTE**, pelo prazo de até 24 (vinte e quatro) meses, na hipótese de rescisão contratual por culpa da **CONTRATADA**, sem prejuízo da aplicação das demais penalidades cabíveis;

10.1.5 Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Federal, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, consoante inciso IV e § 3º do art. 87 da Lei Federal nº 8.666/93.

10.2 O contrato poderá ser rescindido nos termos do que dispõem os artigos 77 e 79 da Lei Federal nº 8.666/93 e suas respectivas alterações.

10.3 As penalidades pecuniárias serão, sempre que possível e independentemente de qualquer aviso ou notificação judicial ou extrajudicial, descontadas dos créditos da **CONTRATADA** ou, se for o caso, cobradas administrativa ou judicialmente, garantidos o contraditório e a ampla defesa.

10.4 Após a aplicação de qualquer penalidade prevista neste capítulo, realizar-se-á comunicação escrita à empresa e publicação no Órgão de Imprensa Oficial (excluídas as penalidades de advertência e multa de mora), contando o fundamento legal da punição.

CLÁUSULA DÉCIMA - PRIMEIRA – DA FISCALIZAÇÃO

11.1 Fica designado o servidor **XXXXXXXXXXXXXXXXXX**, portador do RG de nº **XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX** como o gestor do presente Contrato, o qual acompanhará a execução do fornecimento.

CLÁUSULA DÉCIMA - SEGUNDA – DA RESCISÃO CONTRATUAL

12.1 A inexecução total ou parcial do contrato poderá ensejar, além das penalidades específicas, a sua rescisão com as consequências contratuais e legais.

12.2 Constituem motivo de rescisão, os elencados nos artigos 77 e 78 da Lei Federal 8.666/93, com redação atualizada pela Lei 8.883/94

12.3 A rescisão do contrato se dará na forma estipulada e prevista em lei (art. 79, e seguintes, da Lei 8.666/93).

CLÁUSULA DÉCIMA - TERCEIRA – DA RESPONSABILIDADE

13.1 A **CONTRATADA** responde civil e criminalmente, por todos os danos, perdas e prejuízos que, por dolo ou culpa, no cumprimento do contrato, venha, direta ou indiretamente, provocar ou causar ao **CONTRATANTE** ou a terceiros, correndo às suas expensas, sem qualquer ônus para o **CONTRATANTE**, o ressarcimento ou indenização pelos danos ou prejuízos causados.

CLÁUSULA DÉCIMA -QUARTA – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

14.1 Faz parte deste Contrato, o edital da **XXXXXXXXXX** nº **XXXXXXX**, Processo Administrativo nº **XXXXXX** e seus anexos e a proposta da **Contratada**, como se aqui estivessem transcritos.

CLÁUSULA DÉCIMA- QUINTA – DO FORO

15.1 Fica eleito o foro de Guadalupe, Estado do Piauí, para dirimir os conflitos que possam advir da execução do presente Contrato, que não possam ser resolvidas por meios administrativos, renunciando-se a qualquer outro, por mais privilegiado que o seja.

15.2 Os casos omissos serão decididos pela Administração **CONTRATANTE**.

E por assim estarem justas e **CONTRATADAS**, assinam o presente contrato em 02 (duas) vias de igual teor e forma, para um só efeito, na presença de duas testemunhas, para que produza seus jurídicos e legais efeitos.

Guadalupe-PI, xx de xxxxx de 2022.



CONTRATANTE

CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

1º) _____RG/CPF_____

2º) _____RG/CPF_____



ANEXO IX – BRIEFING

Este briefing se destina às agências de propaganda que participarão do processo de licitação do Município de Guadalupe, Estado do Piauí, para o contrato de prestação de serviços de publicidade.

Solicitante: Município de Guadalupe – PI

1. Situação Base:

Guadalupe é um Município localizado na região sudoeste do Estado do Piauí, na microrregião de Floriano, possui segundo dados do IBGE (2004) 10.751 Habitantes.

O município possui suas riquezas ligadas a Agricultura Irrigada e Piscicultura com forte potencial turístico por conta da barragem de Boa Esperança que proporciona o belo e aconchegante lago de Boa Esperança formado pelas águas do Rio Parnaíba e pelo belo Balneário Belém/Brasília um dos maiores do Estado. Desde 2017 a administração construindo uma nova história, vem investindo no resgate das tradições perdidas deste Município, nas áreas da cultura, esporte, lazer.

Este ano de 2022 a Prefeitura Municipal a administração municipal entregará importantes obras de infraestrutura e desenvolvimento como calçamentos, reformas em postos de saúde, escolas, cine teatros, dentre outras realizações. Além das obras já citadas, destacam-se os eventos de Fest Férias e o aniversário de emancipação política de Guadalupe, que promovem o aquecimento da economia no Município, com hotéis cheios, salões de beleza e lojas lotadas com pessoas comprando e utilizando serviços, o aniversário de emancipação política, almeja tornar o Município ainda mais conhecido, mostrar suas potencialidades econômicas e turísticas a quem nos visita por ocasião do evento, caso o mesmo venha a ser realizado. Não obstante, em que pese a situação estar controlada no que diz respeito à COVID-19, há necessidade premente de divulgar ações voltadas para o combate e prevenção ao vírus da COVID-19, da dengue e outras campanhas relacionadas à Saúde.

2. Linhas Estratégicas De Ação

Os esforços das ações e programas da Prefeitura de Guadalupe tem como foco principal a melhoria de qualidade de vida do indivíduo, através do fornecimento de bons serviços nas áreas de infraestrutura, educação, saúde, cultura, lazer, geração de emprego e renda. A melhor distribuição dos benefícios, por meio desse enquadramento, permite que os recursos públicos sejam otimizados, atendendo o maior número possível das necessidades. Dessa maneira, também vem sendo restaurado e valorizado também o

sentimento de pertencer ao município, fortalecendo a relação comunitária que congregue as pessoas nas suas dimensões, familiar, ética, cultural e produtiva.

3. O Conceito Da Publicidade Institucional

O termo publicidade institucional quando aplicado à gestão pública, designa todas as ações de comunicação institucional de interesse maior da população, desde a prestação de contas às ações da gestão municipal, envolvendo diretamente o poder executivo através das diversas secretarias. A publicidade institucional, mesmo tendo a população como público fundamental de suas ações, também são um importante alvo da comunicação institucional os funcionários e colaboradores da administração municipal, considerando-se a importância de integrá-los aos objetivos da gestão. Comunicar-se com a população, divulgando suas ações e os princípios que norteiam sua atuação, faz parte não apenas da obrigação democrática, mas da transparência necessária ao acompanhamento dos resultados de um governo. A comunicação governamental institucional deve ressaltar os canais de interação do poder público com a população, fomentando a ação conjunta na busca do bem comum.

4. Justificativa:

Guadalupe busca com esse evento atrair turistas de todos os Municípios da Região Sul, Sudoeste do Estado, da capital do Estado e do vizinho estado do Maranhão, tendo a possibilidade de mostrar a esse grande número de pessoas as belezas e potencialidades do Municípios que vem crescendo e se desenvolvendo após alguns anos de estagnação, o incremento do comercio informal é outro grande incentivo para realização de um evento deste porte, incentivando ainda o aumento da autoestima de toda população do Município.

5. Objetivo:

O desafio que se coloca para as agências participantes desta licitação é o desenvolvimento de uma campanha simulada, que irá divulgar as ações e os princípios que orientam a atuação da atual gestão da Prefeitura de Guadalupe. No item a seguir, este briefing sintetiza os objetivos imediatos da atual gestão para garantir conquistas e avançar numa nova etapa do desenvolvimento municipal.

É indispensável que ao construir sua estratégia, as licitantes demonstrem sua compreensão das necessidades de comunicação, propondo a conceituação da mensagem principal. Também deve ser proposta a síntese desta mensagem sintonizada com um conceito e/ou ideia criativa. Ao desenvolver a estratégia de comunicação, assim como a campanha simulada fruto desta base estratégica, caberá a cada concorrente demonstrar a

capacidade de desdobramento e aplicabilidade do conceito central proposto às diversas necessidades e temas próprios das linhas de ação da comunicação institucional, tomando como fundamento criativo as informações disponibilizadas no briefing.

6. Comunicação Institucional

Ressaltar o esforço da nova gestão em trabalhar garantindo as conquistas sociais alcançadas pelo município, manter os serviços básicos em funcionamento e avançar, construindo as condições para melhorar os serviços de saúde, educação, ações sociais e manutenção da cidade.

A Prefeitura vai buscar recursos e apoios nos governos federal e estadual, para avançar nos investimentos de infraestrutura, seja com obras e ações, mas na melhoria e ampliação do seu quadro de servidores qualificados e em condições de atender melhor a população.

As licitantes devem considerar que a comunicação institucional não pode se basear apenas em mídias massivas e estratégias criativas focadas exclusivamente na informação. Cabe aos projetos de campanha simulada atender uma política de exposição de mensagem de ampla abrangência, com abordagem que inclua todos os estratos sociais e todas as regiões do município, bem como o público interno (endomarketing). Para tal o uso de todos os veículos de largo alcance deve ser contemplados na estratégia de mídia, sem prejuízo de novas estratégias que possam atingir nichos de público e potencializar seus resultados.

No que diz respeito ao aspecto criativo das propostas, é de fundamental importância a adequação das mensagens, levando em conta a necessidade da sociedade de ser informada de modo claro, pertinente e sóbrio sobre as ações da Gestão Municipal. Este fundamento, entretanto, não pode suplantar o necessário impacto persuasivo das mensagens, que devem ser concebidas de modo a atrair a atenção e cativar seus diversos públicos pelo que apresentarem de criativo, inusitado, atraente, aprazível e convincente.

7. Problema De Comunicação

A gestão tem o compromisso de avançar e criar sua própria marca a partir de um planejamento estratégico para esta nova etapa do desenvolvimento de Guadalupe, que avance para melhorar a vida de todos. A gestão à frente da Prefeitura de Guadalupe, além de ter o compromisso de garantir as conquistas sociais, irá construir esta nova fase de desenvolvimento municipal, investindo em obras e melhorias em áreas prioritárias como saúde, educação e transporte, para conquistar uma vida melhor para todos.

8. Campanha Publicitária



Para efeito de avaliação, como um dos itens deste edital, deverá ser apresentada uma campanha publicitária, cujo tema deve ser a comunicação das ações desenvolvidas pela gestão nas áreas de infraestrutura, educação, saúde, ação social e cultura. Foram muitas ações realizadas e que precisam ser divulgadas para que a população perceba que Guadalupe já é um Município muito melhor para quem mora e para quem visita à cidade.

Para este segmento da comunicação publicitária deve-se realizar uma campanha simulada, com duração de 30 dias, utilizando-se de uma verba de R\$ 40.000,00 (quarenta mil reais) para divulgação em todo o município, incluindo todos os custos de veiculação, mídia, produção e ações promocionais ou de no media que porventura venham a serem propostas.

9. Público-alvo Da Comunicação Da Prefeitura

População de Guadalupe: O principal público-alvo da comunicação são os habitantes do município, em sua totalidade, observadas suas diferentes caracterizações, estratificação social e econômica.

Formadores de opinião no estado: A Prefeitura deve manter um contato permanente com os principais formadores de opinião e contatos permanentes com políticos, jornalistas, lideranças sociais etc.

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

10. Verba Referencial para Campanha

Esta campanha terá como valor de referência R\$ 36.000,00 (trinta e seis mil reais)

11. Prazo de Execução

O prazo de execução utilizado, para fins de simulação, deve ser de 45 dias.