



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ

ESTADO DA BAHIA

PROCESSO Nº 092-2019 EDITAL DE CARTA CONVITE Nº 010-2019

TIPO: Técnica e Preço

ABERTURA: Dia 24 de maio de 2019 às 9 horas.

LOCAL: Prefeitura Municipal de Ibirapuã Praça Lourival Pereira Barros s/nº Centro – Ibirapuã

OBJETO: Contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de comunicação social nas áreas de agenciamento de publicidade, propaganda e marketing, abrangendo trabalhos de criação, produção de artefatos, reprodução e veiculação de programas e campanhas publicitárias **em mídias faladas, e escritas e de comunicação dirigida** de caráter informativo, educativo e de orientação social à comunidade, durante o exercício de 2019.

PREÂMBULO

A COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DA PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ, Estado da Bahia, torna de conhecimento público, mediante autorização constante dos autos do processo administrativo, que se encontra instaurada a licitação na modalidade CARTA CONVITE, do tipo Técnica e Preço, recebendo propostas e documentos até o dia 24 de maio de 2019, às 9 horas, na Sala de Licitações da Prefeitura Municipal, localizada na Praça Lourival Pereira Barros, s/nº, Centro - Ibirapuã - Bahia.

Prezados Senhores:

Convidamos V.S.^a a apresentar proposta para a Contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de comunicação social nas áreas de agenciamento de publicidade, propaganda e marketing, abrangendo trabalhos de criação, produção de artefatos, reprodução e veiculação de programas e campanhas publicitárias **em mídias faladas, e escritas e de comunicação dirigida** de caráter informativo, educativo e de orientação social à comunidade, mediante as seguintes condições, e de acordo com a Lei Federal nº 12.232/2010 subsidiada pela Lei Federal nº 8.666/1993, com suas alterações e pelas disposições deste Edital e demais anexos, que dele fazem parte integrante.

1. DO OBJETO

1.1 – Constitui objeto da presente licitação contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de comunicação social nas áreas de agenciamento de publicidade, propaganda e marketing, abrangendo trabalhos de criação, produção de artefatos, reprodução e veiculação de programas e campanhas publicitárias **em mídias faladas, e escritas e de comunicação dirigida** de caráter informativo, educativo e de orientação social à comunidade.

Compete à agência o planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º da Lei 12.232/10.

Os serviços a serem prestados pela contratada compreendem o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a informação de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

Os serviços de comunicação social terão caráter educativo, informativo, de orientação social ou de utilidade pública, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos (art. 37, §1º, da Constituição Federal).



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ

ESTADO DA BAHIA

O público-alvo dos serviços ora licitados é primordialmente a população, respeitados os segmentos específicos para a comunicação dirigida, como campanhas de lançamento e sustentação de ações e serviços, podendo atingir outros públicos internos ou externos à ação da Prefeitura Municipal de Ibirapuã.

Relativamente aos serviços produzidos pela contratada, todos os direitos autorais relativos aos produtos de comunicação e outros abrangidos pelo objeto desta Licitação pertencerão ao Contratante/Prefeitura Municipal de Ibirapuã.

Os serviços produzidos pelos servidores lotados na própria Chefia da Assessoria de Imprensa da Prefeitura Municipal de Ibirapuã não se incluem entre os serviços prestados pela contratada, não gerando quaisquer benefícios pelos direitos autorais.

As quantidades de serviços poderão sofrer alterações ou supressões, conforme interesse da Prefeitura Municipal, dentro do limite previsto no artigo 65, da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e suas alterações.

Os serviços serão prestados pela Contratada, mediante prévia e expressa solicitação da Prefeitura Municipal, após aprovação por Chefia de Assessoria de Imprensa da Prefeitura Municipal de Ibirapuã.

Os serviços deverão ser executados pela Agência Contratada e deverão observar rigorosamente o padrão de qualidade, prazos e custos fixados; prática de preços em conformidade com os praticados no mercado e obedecer às normas da legislação pertinente em vigor, em especial ao Código de Ética, do **CONAR**, e da própria Lei Federal nº 12.232/10.

Além dos serviços internos da Agência, a contratada se responsabiliza pela execução de serviços de veiculação mediante expressa autorização da Chefia da Assessoria de Imprensa da Prefeitura Municipal de Ibirapuã, ressaltando que a contratada será a única e integral responsável dos serviços e cumprimento de todas as obrigações contratuais perante a PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ, no exercício de 2019, conforme indicados no Modelo de Proposta **Anexo I** deste edital, pelo o período durante o exercício de 2019, mediante as seguintes condições e minuta do contrato a ser firmado constante do **Anexo II** deste Edital.

2. DOS DOCUMENTOS TÉCNICOS DISPONÍVEIS:

2.1- Os documentos técnicos constituintes da presente licitação e integrantes deste Edital, com todos os seus elementos indispensáveis à formalização das propostas pelas empresas interessadas é o Modelo de Proposta na forma do **Anexo I**. A Comissão fornecerá arquivo eletrônico com a Planilha de Custo. Os participantes poderão utilizar este arquivo para o preenchimento da Proposta.

Compõem este Edital, os seguintes anexos:

- 1 – Anexo I – Projeto Básico
- 2 – Anexo II – Briefing
- 3 – Anexo III – Carta de Credenciamento
- 4 – Anexo IV – Modelo de Declaração Que Não Emprega Menor.
- 5 – Anexo V – Modelo de Declaração de que a empresa está apta a participar de Licitação com órgãos Públicos.
- 6 – Anexo VI – Minuta do Contrato
- 7 – Anexo VII – Protocolo de Recebimento do Edital
- 8 - Anexo VIII - Planilhas para Avaliação

3. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

3.1 A simples participação neste certame implica:



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ

ESTADO DA BAHIA

- a) a plena aceitação de todas as condições estabelecidas nesta licitação, sendo que os preços apresentados e levados em consideração para efeito de julgamento serão de exclusiva e total responsabilidade da licitante, não lhe cabendo, neste caso, o direito de pleitear qualquer alteração;
- b) Poderão participar da presente licitação empresas legalmente constituída, com capacidade técnica, idoneidade econômico-financeira e regularidade jurídico-fiscal, que satisfaçam as condições fixadas neste Edital e em seus anexos.
- c) a inclusão na proposta das parcelas de quaisquer naturezas, diretas ou indiretas, pertinentes à formação do preço e que, se vencedora, a licitante prestará os serviços pelo valor resultante da sua proposta;
- d) que o prazo de validade da proposta é de 60 (sessenta) dias, contados da data estipulada para o início dos serviços, o qual, se maior, deverá ser explicitado na proposta.

3.2 - As empresas não convidadas, interessadas em participar deste Convite, deverão formalizar a manifestação de interesse até 24 (vinte e quatro) horas antes da data prevista para sua abertura.

3.3 - Decairá do direito de impugnar os termos deste CONVITE perante a Administração o licitante ou qualquer cidadão que não o fizer até o segundo dia útil que anteceder a abertura dos envelopes com as propostas, quanto às falhas ou irregularidades que o viciarem, hipótese em que tal comunicação não terá efeito de recurso.

3.4 - Qualquer cidadão é parte legítima para impugnar edital de licitação por irregularidade, devendo protocolar o pedido até 05 (cinco) dias úteis antes da data fixada para a abertura dos envelopes de habilitação, devendo a Administração julgar e responder à impugnação em até 03 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no § 1º do art. 113, tudo na forma prevista no §1º, do art. 41, da Lei Federal n.º 8.666/93 e suas posteriores alterações.

3.5 Estão impedidos de participar da licitação direta ou indiretamente:

3.5.1 Servidor, empregado ou ocupante de cargo em comissão do órgão ou entidade contratante, incluindo os membros da Comissão Permanente de Licitação;

3.5.2 Empresa cujo administrador, proprietário ou sócio com poder de direção seja familiar de agente público, que exerça cargo em comissão ou função de confiança no Município, nos termos do Decreto Distrital nº 32.751/2011;

3.5.3 Empresas reunidas na forma de consórcio;

3.5.4 Empresa ou sociedade estrangeira que não esteja em funcionamento no Brasil, conforme art. 1.134 da Lei nº 10.406/2002 – Novo Código Civil;

3.5.5 Pessoa jurídica que tenha sido declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Direta e Indireta, da União, dos Estados, do Distrito Federal ou dos Municípios, ou, ainda, que esteja com o direito de licitar suspenso, perante o Município de Ibirapuã;

3.5.6 Empresas punidas com suspensão do direito de licitar ou contratar com a Administração, usuária do Cadastro de Fornecedores do Município de Ibirapuã, durante o prazo estabelecido para a penalidade;

3.5.7 Pessoa jurídica que se encontre em recuperação judicial, extrajudicial ou que tenha sido decretada a falência do empresário e da sociedade empresária, conforme a Lei nº 11.101/2005;

3.5.8 Empresas que não sejam agências de publicidade e propaganda.

3.6 Qualquer declaração somente poderá ser feita neste procedimento licitatório pelo titular da empresa ou seu representante legal.

4. – DA REPRESENTAÇÃO

4.1 – A representação por mandatário, perante a Comissão de Licitação, deve ser feita mediante procuração, pública ou particular para fins de licitação, original ou em cópia autenticada, devidamente reconhecida em cartório, a qual será apresentada juntamente com um documento de identificação. A procuração original ou cópia autenticada não será devolvida.



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ

ESTADO DA BAHIA

4.2 – Caso seja sócio ou titular da empresa, o licitante deverá apresentar o documento que comprove a sua competência de representar a mesma, em fotocópia autenticada, que não será devolvida.

4.3 – A identificação do representante será feita no momento da entrega dos envelopes de habilitação e proposta de preços, bem como no início de cada sessão pública.

5. - DA APRESENTAÇÃO DA DOCUMENTAÇÃO E PROPOSTAS

5.1 – A proposta técnica, proposta comercial de cada licitante, salvo o Envelope relativo à via sem identificação do plano de comunicação publicitária deverá ser entregue à Comissão de Licitação, sem emendas, rasuras ou entrelinhas, deverão ser apresentados em Envelopes separados, indevassáveis e colados, sob a pena de desqualificação, contendo em sua parte externa, além da razão social e endereço da licitante, os seguintes dizeres:

PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ
CONVITE Nº 010-2019.
ENVELOPE Nº 01 – “PROPOSTA TÉCNICA I”
CONTEÚDO: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO
IDENTIFICADO
PROPONENTE:

PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ
CONVITE Nº 010-2019.
ENVELOPE Nº 02 – “PROPOSTA TÉCNICA II”
CONTEÚDO: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA
IDENTIFICADO
PROPONENTE:

PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ
CONVITE Nº 010-2019.
ENVELOPE Nº 03 – “PROPOSTA TÉCNICA II”
CONTEÚDO: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA
VIA SEM IDENTIFICAÇÃO - PADRONIZADO

PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ
CONVITE Nº 010-2019.
ENVELOPE Nº 04 – “PROPOSTA COMERCIAL”
IDENTIFICADO
PROPONENTE:

PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ
CONVITE Nº 010-2019.
ENVELOPE Nº 05 – “DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO”
IDENTIFICADO
PROPONENTE:

a) As Propostas Técnicas, Proposta de Preços e Documentação de Habilitação, salvo o Envelope relativo à proposta técnica contendo o plano de comunicação publicitária sem identificação (**Envelope nº 3**), deverão ser apresentadas em papel que identifique a licitante, assinadas pelo representante legal.

b) As peças que integram a proposta técnica podem ser acondicionadas em embalagens adequadas às suas características, desde que invioláveis quanto às informações de que tratam, até a abertura do correspondente Envelope.

c) A proposta técnica será composta de um plano de comunicação publicitária (**Envelopes nº 2 e 3**), pertinente às informações expressas no *briefing* e de um conjunto de informações referentes ao proponente (**Envelope nº 1**) (art. 6º, inciso III, da Lei Federal nº 12.232, de 29/04/2010).



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ

ESTADO DA BAHIA

d) O plano de comunicação publicitária que compõe a proposta técnica será apresentado em 2 (duas) vias, uma com a identificação de sua autoria (**Envelope nº 2**) e outra sem a identificação (**Envelope nº 3**), devendo este último ser acondicionado em Envelope padronizado fornecido pela Prefeitura Municipal de Ibirapuã (art. 6º, inciso IV, da Lei Federal nº 12.232, de 29/04/2010).

e) O Envelope destinado à apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária será padronizado e fornecido previamente pela Prefeitura Municipal, junto ao Setor de Licitações, sem nenhum tipo de identificação (art. 6º, inciso IV, da Lei Federal nº 12.232, de 29/04/2010).

f) O formato para apresentação pelos proponentes do plano de comunicação publicitária será **PADRONIZADO** quanto a seu tamanho, a fontes tipográficas, a espaçamento de parágrafos, a quantidades e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes, salvo quanto na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, onde os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação (art. 6º, inciso IX, da Lei Federal nº 12.232, de 29/04/2010).

g) Será vedada a aposição, a qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do Envelope da via identificada do plano de comunicação publicitária em Sessão Pública realizada para este fim (art. 6º, inciso XII, e art. 9º, § 2º, da Lei Federal nº 12.232, de 29/04/2010).

h) Os Envelopes padronizados com a via não identificada do plano de comunicação publicitária só serão recebidos pela comissão permanente se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar à licitante (art. 11º, § 2º, da Lei Federal nº 12.232, de 29/04/2010).

i) A via identificada do plano de comunicação publicitária (**Envelope nº 2**) terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa (art. 9º, § 2º, da Lei Federal nº 12.232, de 29/04/2010).

j) As propostas de preços (**Envelope nº 4**) serão apresentadas em 1 (um) Envelope e conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário conforme disposto neste Edital (art. 6º, inciso V e art.9º, caput, da Lei Federal nº 12.232, de 29/04/2010).

6. DA FORMA DE APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS:

6.1 As Propostas Técnicas, Proposta de Preços e Documentação de habilitação, salvo o Envelope relativo à proposta técnica contendo o plano de comunicação publicitária sem identificação (**Envelope nº 3**), deverão ser datilografadas ou emitidas por editores de texto eletrônicos, em via rubricada e assinada em todas as suas páginas, sem emendas, rasuras, acréscimos e entrelinhas, em linguagem clara e que não dificulte a exata compreensão de seu conteúdo, datadas do dia de sua entrega nesta Prefeitura e conterão a descrição detalhada do bem ofertado, prazos e demais informações conforme disposto neste Edital.

7. PROPOSTA TÉCNICA:

7.1 A Proposta Técnica será composta de um plano de comunicação publicitária (1 via identificada e outra sem identificação) e da apresentação de informações estabelecidas em um *briefing* referentes ao proponente, organizada da seguinte forma:

7.1.1. **Proposta Técnica I - Envelope nº 1** - Apresentação das informações da proponente.

7.1.2. **Proposta Técnica II - Envelope nº 2** - Plano de comunicação publicitária **IDENTIFICADA**.

7.1.3. **Proposta Técnica II - Envelope nº 3** - Plano de comunicação publicitária **NÃO IDENTIFICADA**.

7.2 A **Proposta Técnica I (Envelope nº 1)** consiste na apresentação dos seguintes quesitos elencados abaixo, destinados a avaliar a capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes:

a) Capacidade de Atendimento;

b) Repertório (Portfólio);

c) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ

ESTADO DA BAHIA

A) CAPACIDADE DE ATENDIMENTO:

Sob a forma de textos, a licitante apresentará:

- a) Quantificação dos profissionais, através de currículos, que serão postos à disposição da linha de atuação, de maneira discriminada, por setor da licitante (estudo e pesquisa, planejamento, criação, produção de rádio, mídia e atendimento), devendo a licitante indicar, caso a caso, quantos profissionais de cada nível servirão à linha de atuação.
- b) Sistemática de atendimento, discriminando as obrigações a serem cumpridos pelo setor de atendimento da licitante, na execução do Contrato, incluídos os **prazos máximos** a serem cumpridos em condições normais de trabalho para a criação de campanha, criação de peças avulsas e elaboração de Plano de Mídia.
- c) Relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante, com a especificação do período de atendimento de cada um deles;
- d) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para execução do contrato.

B) REPERTÓRIO (PORTFÓLIO):

Apresentação de um conjunto de trabalhos, produzidos e veiculados pela licitante, sob a forma de peças e respectivas memórias técnicas, nas quais se incluirá apresentação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver.

Poderão ser apresentadas até 10 (dez) peças, independente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, todas veiculadas ou expostas a partir de 2005, contados até a data de apresentação das propostas.

Cada peça deverá conter ficha técnica com a identificação da licitante, data de produção, período de veiculação e a indicação de pelo menos 1 (um) veículo que a divulgou;

Os vídeos deverão ser fornecidos em DVD e os spots e/ou jingles, em CD;

Não serão aceitos trabalhos que configurem apresentação de materiais especulativos, condenados pela Legislação da Propaganda, nem mesmo a título de exemplo ou sugestão.

C) RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO:

Deverão ser apresentados até 2 (dois) casos, relatando em, no máximo, 3 (três) páginas cada, sob a forma de texto descritivo, os problemas enfrentados, as soluções encontradas, formalmente referendados pelos respectivos anunciantes, permitida a inclusão de até 05 (cinco) peças de qualquer tipo para cada relato.

9.3 A Proposta Técnica II (**Envelope nº 2**) e a Proposta Técnica II (**Envelope nº 3**) consiste na apresentação do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, composto dos seguintes quesitos:

- I. Raciocínio Básico;
- II. Estratégia de Comunicação Publicitária;
- III. Ideia Criativa;
- IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia.

I) Raciocínio Básico: sob a forma de texto de no máximo 3 (três) laudas, em que a licitante apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados, de acordo com as informações prestadas no briefing.



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ

ESTADO DA BAHIA

II) Estratégia de Comunicação Publicitária: sob a forma de texto de no máximo 3 (três) laudas em que a licitante indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ;

III) Ideia Criativa: sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária;

Como parte do quesito **ideia criativa**, a licitante apresentará campanha publicitária com exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução para o problema específico de comunicação e demonstrem sua harmonia com o raciocínio básico e com a estratégia de comunicação publicitária.

Os exemplos de peças só podem ser apresentados sob a forma de roteiro, layout, storyboard impresso ou “monstro” de spot de rádio, com ou sem música, limitados a 10 (dez) peças, independente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça.

IV) Estratégia de Mídia e Não Mídia: em que o proponente 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 disponível indicada neste edital, apresentada sob a forma de texto de no máximo 3 (três) laudas, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação.

7.4. A via identificada do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, **sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.**

7.5. O formato para apresentação pelos proponentes do plano de comunicação publicitária será padronizado quanto a seu tamanho, a fontes tipográficas, a espaçamento de parágrafos, a quantidades e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes, da seguinte maneira:

- a) Folha A4;
- b) Fonte tipográfica: arial;
- c) Tamanho 12;
- d) Espaçamento de parágrafos: simples;
- e) Quantidade de peças: especificado nas exigências da proposta;
- f) Exemplos de peças: especificado nas exigências da proposta;
- g) Sem qualquer recuo de parágrafo e apenas um espaço entre um parágrafo e outro;
- h) Margens superior, inferior, esquerda e direita: 2,5 cm.

7.6 Os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas habitualmente utilizadas na apresentação das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia.

7.7 A não apresentação de qualquer peça exigida para a proposta técnica, incidirá em pontuação 0 (zero) no referido item não apresentado, inclusive se não comprovada a autoria.

7.8 A Proposta Técnica II (**Envelope nº 3**) consiste na apresentação do **PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA SEM IDENTIFICAÇÃO**, com o mesmo teor exigido para a via identificada, com vistas à análise dos quesitos pela Comissão Permanente de Licitação de forma totalmente imparcial e idônea, sem a possibilidade de identificação do licitante, conforme exigências da Lei Federal nº 12.232/10.

7.9 O formato para apresentação pelos proponentes do plano de comunicação publicitária não identificada será padronizado quanto a seu tamanho, a fontes tipográficas, a espaçamento de parágrafos, a quantidades e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes da mesma maneira que o estabelecido para o plano de comunicação publicitária identificado.

8. DA PROPOSTA COMERCIAL (De Preço)

8.1 A Proposta de Preços - **Envelope “4”** deverá ser devidamente preenchido de acordo com as informações a seguir:



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ

ESTADO DA BAHIA

- a) Nome ou razão social do Licitante, número do CNPJ/MF, endereço completo, telefone, fax e endereço eletrônico - e-mail, bem como nome do representante, profissão, CPF, identidade, domicílio e cargo na empresa.
- b) Declaração expressa de que os preços contidos na proposta incluem todos os custos e despesas e outros necessários ao cumprimento integral do objeto deste edital e seus anexos. A falta de tal declaração será considerada como inclusa nos preços toda e qualquer despesa.
- c) Declaração de que quaisquer tributos, custos e despesas diretos ou indiretos omitidos da proposta ou incorretamente cotados, serão considerados como inclusos nos preços, não sendo considerados pleitos de acréscimos, a esse ou a qualquer título, devendo os serviços ser fornecidos à Prefeitura Municipal de Ibirapuã sem ônus adicionais.
- d) Veiculação – a agência será remunerada através do desconto de agência junto aos veículos, correspondente a 20% (vinte por cento), deduzidos dos custos de veiculação.
- e) Honorário de 15% (quinze por cento) sobre os custos de produção realizada por terceiros ou custo efetivo dos serviços e suprimentos contratados; (Honorário não poderá ser superior a 15%)
- f) Honorário de 10% (dez por cento) sobre os custos de produção realizada por terceiros, sobre o custo efetivo dos serviços e suprimentos contratados, quando a responsabilidade da agência limitar-se à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento; (Honorário não poderá ser superior a 10%).
- g) Pelos valores constantes da Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Bahia relativamente aos serviços prestados internamente na Agência;

6. – VALOR MÁXIMO GLOBAL

8.1 - O valor máximo estabelecido para esta Licitação é de R\$ 119.000,00 (cento e dezenove mil reais).

9. – EXIGÊNCIAS PARA HABILITAÇÃO

9.1. Como exigência para habilitação no certame, os licitantes deverão apresentar os seguintes documentos, dentro de seus períodos de validade, todos contidos no interior do envelope “1”:

9.1.2. **Ato constitutivo**, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado na Junta Comercial, em se tratando de sociedades empresárias e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores; com documentos dos sócios RG e CPF cópia;

9.1.3 Cópia do Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento obtido pelo Conselho Executivo das Normas Padrão – **CENP**;

9.1.4 Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica do Ministério da Fazenda – **CNPJ**;

9.1.5 Prova de regularidade para com a **Fazenda Federal** relativa à sede da licitante, que deverá ser comprovada através da apresentação da Certidão Conjunta de regularidade de débitos relativos a Tributos Federais e a Dívida Ativa da União, expedida pela Secretaria da Receita Federal do Brasil e Procuradoria da Fazenda Nacional;

9.1.6 Prova de regularidade perante a **Fazenda Estadual**, por meio de Certidão Negativa (ou Positiva com efeitos de Negativa) de Débitos Tributários;

9.1.7 Prova de regularidade para com a **Fazenda Municipal** do domicílio ou sede do licitante proponente. (mobiliário e imobiliário);

9.1.8 Prova de Regularidade com o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - FGTS, através de Certificado de Regularidade do **FGTS**.



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ

ESTADO DA BAHIA

9.1.9 Certidão Negativa (ou Positiva com efeitos de Negativa) de Débitos Trabalhistas - **CNDT**;

9.1.10 Prova de possuir no seu quadro de pessoal Administrador de Empresa devidamente inscrito em Conselho Regional de Administração, devendo ainda apresentar Certidão Negativa do referido profissional junto ao **CRA**.

9.1.11 Declaração de que a empresa cumpre o disposto no inciso XXXIII do artigo 7.º da Constituição Federal, relativo ao trabalho de menor (ANEXO IV);

9.1.12 Declaração de que a empresa está apta a participar de Licitação com órgãos Públicos (ANEXO V);

9.2 A apresentação dos documentos supracitados deverá ser por cópia autenticada em cartório, ou originais. Os mesmos não serão devolvidos.

9.3 Fora do envelope "1", a Comissão não admitirá o recebimento de qualquer documento, nem mesmo os originais, e não permitirá ao licitante fazer qualquer adendo aos documentos entregues à Comissão;

9.4 A documentação de habilitação deverá ser entregue em envelope lacrado e indevassável, contendo em sua parte externa os seguintes dizeres:

PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ
CONVITE Nº 010-2019.
ENVELOPE Nº 05 – "DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO"
PROPONENTE:

10. – VALOR MÁXIMO GLOBAL

10.1 - – O valor máximo estabelecido para esta Licitação é de **R\$ 119.000,00 (cento e dezenove mil reais)**.

11. – DO PROCESSAMENTO DA LICITAÇÃO

11.1 – A presente licitação, seu processamento e todos os atos e termos dela decorrentes reger-se-á pela Lei nº 8.666/93, de 21 de junho de 1993 e pela Lei nº 12.232 de 29 de abril de 2010, e suas alterações posteriores;

11.2 – Para boa conduta dos trabalhos, cada licitante deverá fazer-se apresentar por no máximo 01 (uma) pessoa;

11.3 – Compete exclusivamente à Comissão de Licitação avaliar o mérito dos documentos e informações prestadas, bem como julgar a exequibilidade das propostas apresentadas;

11.4 – A primeira sessão pública realizar-se-á no dia, hora e local estipulados neste Edital, observados os seguintes procedimentos:

11.5 - A Comissão Permanente de Licitação – CPL receberá os invólucros nº. 1, 2, 3 e 4, devidamente fechados e indevassáveis;

11.6 - Após o Presidente da CPL ter declarado estar encerrado o prazo para recebimento dos invólucros, nenhum outro será aceito;

11.7 - Os invólucros de nº. 3, contendo o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, somente serão recebidos pela CPL se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar o licitante;

11.8 - A CPL não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros de nº. 3, nem nos documentos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada;

11.9 - Entregue os invólucros, fica vedada a desistência, a retificação ou alteração de documentos ou propostas, salvo em relação à desistência, por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela CPL;

11.10 - Fica vedada a participação dos integrantes da Subcomissão Técnica na sessão pública para recebimento e abertura dos invólucros com as propostas técnicas e de preços.



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ

ESTADO DA BAHIA

12. DOS PROCEDIMENTOS PARA JULGAMENTO:

12.1 O processamento e o julgamento da licitação observarão os seguintes procedimentos:

12.1.1 Abertura dos invólucros de nº. 3, contendo o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, e dos invólucros de nº. 1, contendo a documentação relativa à Capacidade de Atendimento e o nível dos trabalhos dos licitantes;

12.1.2 Lavratura de ata circunstanciada, na qual ficarão minuciosamente registradas todas as ocorrências, devendo a mesma ser assinada pelos licitantes presentes e pelos membros da CPL;

12.1.3 Encaminhamento dos invólucros de nº. 3 à Subcomissão Técnica para análise individualizada e julgamento do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, na forma prevista neste Edital;

12.1.4 Elaboração de ata de julgamento do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e encaminhamento à CPL, juntamente com as propostas, as planilhas de pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

12.1.5 Encaminhamento dos invólucros de nº. 1 e à Subcomissão Técnica, para análise individualizada e julgamento da Capacidade de Atendimento e do nível de trabalho dos licitantes, observado os critérios constantes deste Edital;

12.1.6 Elaboração de ata de julgamento dos documentos relativos à Capacidade de Atendimento e ao nível de trabalho dos licitantes e encaminhamento à CPL, juntamente com as planilhas de pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

12.2 Após as providências de que trata o subitem 10.1.6, a CPL convocará os licitantes para a proclamação do resultado geral da proposta técnica, que realizar-se-á em sessão pública, observados os seguintes procedimentos:

12.2.1 Abertura dos invólucros de nº. 3, contendo o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada;

12.2.2 Cotejo entre as Vias Identificadas e Não Identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;

12.2.3 Elaboração de planilha com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada Proposta Técnica;

12.2.4 Proclamação do resultado de julgamento das Propostas Técnicas, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;

12.3 Abertura de prazo recursal contra o resultado de julgamento das Propostas Técnicas, observado o disposto neste Edital;

12.3.1 Lavratura de ata circunstanciada, na qual ficarão minuciosamente registradas todas as ocorrências, devendo a mesma ser assinada pelos licitantes presentes e pelos membros da CPL.

12.3.2 Publicação do resultado de julgamento das Propostas Técnicas no Diário Oficial.

12.4 Havendo desclassificação de alguma Proposta Técnica por descumprimento das exigências deste Edital e seus anexos, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos.

12.5 Em caso de haver intenção de recurso contra o resultado de julgamento das Propostas Técnicas, suspender-se-á a sessão pública para análise e julgamento das razões recursais, permanecendo sob o poder da CPL os invólucros de nº. 4, que permanecerão lacrados.

12.6 A reabertura da sessão pública dar-se-á em 2 (dois) dias úteis, contados a partir do comunicado oficial da CPL do resultado de julgamento dos recursos.

12.7 Na hipótese de não haver intenção de recurso, a CPL prosseguirá com a sessão pública, observados os seguintes procedimentos:

12.7.1 Devolução dos invólucros de nº. 4, contendo as Propostas Comercial (de Preços), aos licitantes desclassificados;

12.7.2 Abertura dos invólucros de nº. 4 dos licitantes classificados, cujos documentos serão rubricados pela CPL, seguidos neste ato pelos licitantes ou seus representantes, sendo-lhes facultado o exame dos mesmos;

12.7.3 Leitura dos valores globais consignados nas Propostas Comercial (de Preços), para identificação da menor proposta;

12.7.4 Julgamento das propostas de preços, de acordo com os requisitos constantes neste Edital, desclassificando-se aquelas que desatenderem às exigências deste Edital;

12.7.5 Negociação com o licitante melhor classificado na Proposta Técnica, tendo-se como referência a proposta de menor preço auferida entre os licitantes classificados, exceto no caso de aquele ser o detentor da proposta de menor preço;



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ

ESTADO DA BAHIA

- 12.7.6 Valorização das Propostas Comercial (de Preços), observado o disposto neste Edital;
- 12.7.7 Elaboração de planilha com a classificação final dos licitantes, em ordem decrescente, a partir do resultado da média ponderada das valorizações das Propostas Técnicas e Comercial (de Preços), conforme o disposto neste Edital, declarando-se o vencedor do certame;
- 12.7.8 Abertura de prazo recursal contra o resultado de julgamento das Propostas Comercial (de Preços), observado o disposto neste Edital;
- 12.7.9 Lavratura de ata circunstanciada, na qual ficarão minuciosamente registradas todas as ocorrências, devendo a mesma ser assinada pelos licitantes presentes e pelos membros da CPL.
- 12.7.10 Publicação do resultado de julgamento final das propostas no Diário Oficial.
- 12.8 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão marcados data, hora e local da Reunião Pública para abertura dos invólucros nº 05, que será informada aos licitantes Classificados.
- 12.9 Em caso de haver intenção de recurso contra o resultado de julgamento das propostas de preços, o prazo de que trata o subitem 10.7 contar-se-á a partir do comunicado oficial da CPL do resultado de julgamento dos recursos.
- 12.10 A sessão pública para recebimento e abertura dos invólucros de nº. 5 realizar-se-á no dia, hora e local previamente designados, observados os seguintes procedimentos:
- 12.10.1 Recebimento dos invólucros de nº. 5, contendo a documentação para habilitação, devidamente fechados e indevassáveis;
- 12.10.2 Abertura dos invólucros, cujos documentos serão rubricados pela CPL, seguidos neste ato pelos licitantes ou seus representantes, sendo-lhes facultado o exame dos mesmos;
- 12.10.3 Julgamento da documentação de habilitação, de acordo com os requisitos constantes deste Edital, inabilitando-se os licitantes que desatenderem as exigências deste Edital;
- 12.10.4 Abertura de prazo recursal contra o resultado de julgamento da documentação para habilitação, observado o disposto neste Edital;
- 12.10.5 Lavratura de ata circunstanciada, na qual ficarão minuciosamente registradas todas as ocorrências, devendo a mesma ser assinada pelos licitantes presentes e pelos membros da CPL.
- 12.11 Em caso de haver intenção de recurso contra o resultado de julgamento da documentação de habilitação, o processamento da licitação ficará suspenso para análise e julgamento das razões recursais.
- 12.12 A intimação dos licitantes sobre o julgamento das Propostas Técnicas, Comercial (de Preços) e da documentação para habilitação dar-se-á pessoalmente, se todos os respectivos representantes estiverem presentes, para fins do disposto nos subitens 10.3, 10.7.8 e 10.10.4, ou por intermédio de publicação do resultado no Diário Oficial.

13. DOS CRITÉRIOS DE JULGAMENTO:

13.1 PROPOSTA TÉCNICA I: INFORMAÇÕES TÉCNICAS DA LICITANTE

13.1.1 O julgamento da **PROPOSTA TÉCNICA** será feito pela Comissão Permanente de licitação (membros que *não participaram da sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as propostas técnicas e de preços*, Lei Federal nº 12.232/10 art 11, § 1) e por servidor técnico formalmente designado pela autoridade competente, conforme determinado na portaria nº 029/2019 de 16 de maio de 2019, nomeado nos termos da Lei Federal nº 12.232/10 art 10, “§ 10 Nas licitações previstas nesta Lei, quando processadas sob a modalidade de convite, a subcomissão técnica, excepcionalmente, nas pequenas unidades administrativas e sempre que for comprovadamente impossível o cumprimento do disposto neste artigo, será substituída pela comissão permanente de licitação ou, inexistindo esta, por servidor formalmente designado pela autoridade competente, que deverá possuir conhecimentos na área de comunicação, publicidade ou marketing”; segundo os critérios a seguir discriminados.

13.1.2 Pela avaliação do conteúdo da **PROPOSTA TÉCNICA I (INFORMAÇÕES)**, serão levados em conta pela Comissão Permanente de licitação e por servidor técnico, sendo justificado cada ponto atribuído, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito:

- a) Capacidade de atendimento:..... Até 10 pontos;
b) Repertório (Portfólio):Até 5 pontos;
c) Relato de Soluções de Problemas de Comunicação:.....Até 5 pontos.

A) CAPACIDADE DE ATENDIMENTO:



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ

ESTADO DA BAHIA

Máximo de **10 (dez) pontos**, com as seguintes notas máximas:

- a) Capacidade geral de atendimento revelada pela licitante, considerando a quantidade e a qualificação dos profissionais colocados à disposição da linha de atuação nos diferentes setores da agência licitante: **2,0 (dois) pontos**.
- b) Sistemática de atendimento, relevando no julgamento dos quesitos a adequação dos prazos máximos indicados na proposta, a operacionalidade, a segurança, o grau de liberdade conferido à cliente na escolha de soluções alternativas e presteza no atendimento às solicitações: **6,0 (seis) pontos**.
- c) As informações e comunicação a serem colocadas regularmente à disposição da Prefeitura Municipal de Ibirapuã, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato: **2,0 (dois) pontos**.

B) REPERTÓRIO (PORTFÓLIO):

Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção, pertinência, clareza, qualidade de execução e acabamento: **5,0 (cinco) pontos**.

C) RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO:

Capacidade técnica da licitante em detectar e delimitar problemas de comunicação, equacioná-los, planejar sua solução, de sorte a evidenciar perfeita concatenação entre causa e efeito e, enfim, medir adequadamente os resultados: **5,0 (cinco) pontos**.

13.2 PROPOSTA TÉCNICA II: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

13.2.1 Pela avaliação do conteúdo da proposta técnica II (**NÃO IDENTIFICADO**) (PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA), serão atribuídas pontuações conforme escalonamento abaixo, até o máximo de:

- a) Raciocínio básico Até **10 pontos**;
- b) Estratégia de comunicação publicitária..... Até **10 pontos**;
- c) Ideia criativa..... Até **15 pontos**;
- d) Estratégia de mídia e não mídia..... Até **15 pontos**.

A) RACIOCÍNIO BÁSICO:

Máximo de **10 (dez) pontos**, com as seguintes notas máximas:

- a) Conhecimento das características gerais da cliente:..... **3,0 (três) pontos**.
- b) Acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação:.....**7,0 (sete) pontos**.

B) ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA:

Máximo de **10 (dez) pontos**, com as seguintes notas máximas:

- a) Formulação do conceito, dos quais 4 (quatro) pontos para a compreensão do tema hipotético e 3 (três) pontos para o desenvolvimento do raciocínio que conduziu ao conceito total:.....**7,0 (sete) pontos**.
- b) Formulação do tema da comunicação adotado para a linha de atuação: **3,0 (três) pontos**.

C) IDEIA CRIATIVA:

Máximo de **15 (quinze) pontos**, com as seguintes notas máximas:

- a) Estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha: **10,0 (dez) pontos**.
- b) Cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida: **5,0 (cinco) pontos**.

D) ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA:

Máximo de **15 (quinze) pontos**, com as seguintes notas máximas.



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ

ESTADO DA BAHIA

- a) Conhecimento dos hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação: **5,0 (cinco) pontos**.
- b) Capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia: **5,0 (cinco) pontos**.
- c) Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta: **5.0 (cinco) pontos**.

13.2.2 Serão DESCLASSIFICADAS as propostas técnicas que:

- a) Não atenderem as disposições contidas neste Edital;
- b) **Não alcançarem, no total, a nota mínima de 40 (quarenta) pontos;**
- c) Obtiverem nota 0 (zero) em quaisquer dos quesitos A nota do quesito corresponderá à média aritmética das notas de cada membro da Comissão responsável pela análise técnica e será calculada com 1 (uma) casa decimal após vírgula.

13.2.3 A nota final da proposta técnica será a somatória das notas atribuídas aos quesitos referentes à Proposta Técnica I e II, sendo que a maior pontuação equivale a 20 (vinte) pontos, a segunda pontuação equivale a 18 (dezoito) pontos, a terceira maior pontuação equivale a 16 (dezesesseis) pontos, sempre decrescendo 2 (pontos) até chegar ao limite de 10 (dez) pontos.

13.3. DA PROPOSTA COMERCIAL

13.3.1 A Proposta de Preços - Envelope "5" deverá ser devidamente preenchido de acordo com as informações a seguir:

- I) Declaração expressa de que os preços contidos na proposta incluem todos os custos e despesas e outros necessários ao cumprimento integral do objeto deste edital e seus anexos. A falta de tal declaração será considerada como inclusa nos preços toda e qualquer despesa.
- II) Declaração de que quaisquer tributos, custos e despesas diretos ou indiretos omitidos da proposta ou incorretamente cotados, serão considerados como inclusos nos preços, não sendo considerados pleitos de acréscimos, a esse ou a qualquer título, devendo os serviços ser fornecidos à Prefeitura Municipal de Ibirapuã sem ônus adicionais.

13.3.2 Será atribuído um total de 20 (vinte) pontos como Nota de Preço à proposta que ofertar o desconto na somatória das alíneas "a", "b" e "c".

- a) **(DCI) - DESCONTO** sobre os **CUSTOS INTERNOS** da contratada em percentual dados aos preços constantes da Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Bahia.
- b) **(DHT) - DESCONTO** sobre os **HONORÁRIOS** de 15% sobre os custos de produção realizada por **TERCEIROS** ou custo efetivo dos serviços e suprimentos contratados; (Honorário não poderá ser superior a 15%).
- c) **(DHP) - DESCONTO** sobre **HONORÁRIO** de 10% sobre os custos de produção realizada por terceiros, sobre o custo efetivo dos serviços e suprimentos contratados, quando a responsabilidade da agência limitar-se à contratação ou **PAGAMENTO** do serviço ou suprimento; (Honorário não poderá ser superior a 10%).

DESCONTO/HONORÁRIO NOTAS (N)

DCI - Desconto igual a 0,0% **N= 0**

Desconto superior a 0,0% **N = 1,0 x** desconto percentual Desconto

DHT Honorários iguais a 15% **N = 0** Honorários iguais ou superiores a 10,01% e inferiores a 15% **N = 6 x** (15 – honorários em percentual) Honorários iguais ou inferiores a 10% **N = 30** Honorários superiores a 15% **DESCCLASSIFICADA**

DHP Honorários iguais a 10% **N = 0** Honorários iguais ou superiores a 5,01% e inferiores a 10% **N = 4 x** (10 – honorários em percentual) Honorários inferiores a 5% **N = 20** Honorário superior a 10% **DESCCLASSIFICADA**



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ

ESTADO DA BAHIA

13.3.3 A nota final da proposta de preços será a somatória das alíneas “a”, “b” e “c”, ou seja: **DCI + DHT + DHP**, sendo que a maior pontuação equivale a 20 (vinte) pontos, a segunda maior pontuação equivale a 18 (dezoito) pontos, a terceira maior pontuação equivale a 16 (dezesesseis) pontos, sempre decrescendo 2 (pontos) até chegar ao limite de 10 (dez) pontos.

13.3.4 Será **DESCCLASSIFICADA** a proposta de preços que **não alcançar** o mínimo de **10 (dez) pontos**.

13.3.5 A Comissão adjudicará o objeto da Licitação à proponente que obtiver a maior pontuação na **NOTA FINAL – (NF)**, calculada através da soma simples das Notas Técnicas e de Preço, conforme a seguinte expressão:

$$\text{NF} = \text{NOTA TÉCNICA} + \text{NOTA DE PREÇOS}$$

13.3.6 Na seção de abertura do envelope “D” e apurada da Nota Final (NF) das licitantes, as 3 (três) concorrentes melhores classificadas, terão obrigatoriamente que apresentar os documentos no 2º (segundo) dia útil após esta seção de apuração, ou o que a Comissão de Licitação designar caso haja recurso quanto a Nota Final, sob pena de desclassificação se não o fizerem.

14. A POLÍTICA DE NEGOCIAÇÃO:

14.1 A completa política de negociação, conterà:

- a) Política de negociação de preços e de condições de pagamento junto aos fornecedores e veículos, especialmente em relação a descontos;
- b) Política de negociação de preços a serem pagos pela licitante a atores ou modelos na reutilização de peças por novos períodos iguais ao inicialmente pactuados;
- c) Política de negociação de preços a serem pagos pela licitante a autores de obras artísticas preexistentes, aproveitadas em peças publicitárias, na reutilização dessas peças por novos períodos iguais ao inicialmente pactuado;
- d) o critério do repasse parcial do “desconto de agência” de 20% (vinte por cento) a ser pago pelos veículos de comunicação, sobre seus preços de tabela ou pelo valor efetivamente negociado da mídia;

15. DA ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO

14.1 Ao proponente classificado em primeiro lugar será adjudicado o objeto da presente licitação.

14.2 A homologação do presente certame compete ao Prefeito Municipal, ato que será praticado após o julgamento e o decurso dos prazos recursais ou a decisão dos recursos eventualmente interpostos e adjudicação do objeto.

16. DO RECEBIMENTO DO OBJETO CONTRATUAL

16.1 Os serviços da presente licitação serão prestados pelo licitante vencedor, através de termo de Contrato, conforme minuta anexa.

16.2 O recebimento dos serviços objeto da presente licitação será feito pela Chefia da Assessoria de Imprensa da Prefeitura Municipal de Ibirapuã, nos termos definidos no Contrato.

17. DO CONTRATO E SUA EXECUÇÃO

17.1 Encerrado o procedimento licitatório, o vencedor será convocado para, no prazo de 5 (cinco) dias úteis desta, firmar o termo de contrato, decorrente dos termos e condições deste Edital e da proposta aceita, e reger-se-á pelas normas da Lei nº 8.666/93, pelos preceitos de direito público, aplicando supletivamente, os princípios da teoria geral dos contratos e as disposições de direito privado.

17.2 Na hipótese a adjudicatária deixar de assinar o contrato, o fato em si constituirá inadimplência, podendo o objeto da licitação ser adjudicado à segunda colocada, a exclusivo critério da Administração e desde que esta aceite as mesmas condições propostas pela primeira colocada, inclusive quanto aos preços, sujeitando-se a empresa faltosa, ainda, às sanções previstas neste Edital e na legislação pertinente.



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ

ESTADO DA BAHIA

17.3. O Contrato terá sua vigência da data de assinatura até 31/12/2019, **PODENDO** ser prorrogado conforme art. 57 da Lei 8.666/93.

18. DO PAGAMENTO DOS SERVIÇOS E DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

18.1 Os serviços serão pagos em conformidade com o valor de desconto oferecido pela empresa vencedora, tendo-se como base, os valores estabelecidos pela Tabela de Custos Referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Bahia (SINAPRO-BA), que segue rigorosamente as Normas Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo Conselho Executivo das Normas- Padrão (CENP), mediante a apresentação de notas fiscais faturadas em nome da contratante.

18.2 O pagamento se dará até o 10º (décimo) dia da apresentação do Relatório dos serviços executados, juntamente com a nota fiscal emitida para a Prefeitura Municipal de Ibirapuã, acompanhadas das Notas Fiscais dos prestadores de serviços, emitidas à contratante, além de 1(um) exemplar de todas as publicações realizadas no período;

18.3 O valor estimado mensal será de no máximo R\$ 17.000,00 (dezesete mil reais) e o total do contrato não poderá ultrapassar o valor global de R\$ 119.000,00 (cento e dezenove mil reais), consignado no orçamento da Prefeitura Municipal de Ibirapuã, através da seguinte dotação orçamentária:

0201 – Gabinete do Prefeito

2008 – Promoção e Divulgação de Eventos e Atos Oficiais – Gab. Prefeito

33903900 0100 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica

0501 – Secretaria Municipal de Ação Social

2099 – Promoção e Divulgação de Eventos e Atos Oficiais – FMAS

33903900 0100 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica

0601 – Secretaria Municipal de Saúde

2040 – Promoção e Divulgação de Eventos e Atos Oficiais – FMS

33903900 6102 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica

0701 – Unidade de Educação

2029 – Promoção e Divulgação de Eventos e Atos Oficiais – Educação

33903900 7101 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica

18.4 O valor anual estimado do contrato constitui-se em mera previsão dimensionada, não estando a Prefeitura Municipal de Ibirapuã obrigada a realizá-lo em sua totalidade, e não cabendo a licitante vencedora o direito de pleitear qualquer tipo de reparação ou compensação pelo não uso do total da verba.

18.5 O valor anual será dividido em vários serviços que ocorrerão durante o ano, de acordo com a necessidade e a conveniência da Prefeitura Municipal, podendo haver acréscimos ou supressões nos serviços em até 25% (vinte e cinco por cento) da quantidade inicialmente estimada.

18.6 Os serviços deverão ser executados pela Agência Contratada e deverão observar rigorosamente o padrão de qualidade, prazos e custos fixados; prática de preços em conformidade com os praticados no mercado e obedecer às normas da legislação pertinente em vigor, em especial ao Código de Ética, do CONAR, e da própria Lei Federal nº 12.232/10.

18.7 Além dos serviços internos da Agência, à contratada se responsabilizar pela execução de serviços de veiculação mediante expressa autorização por Chefia de Assessoria de Imprensa da Prefeitura Municipal de Ibirapuã, ressaltando que a contratada será a única e integral responsável dos serviços e cumprimento de todas as obrigações contratuais perante a PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ.

19. DO REAJUSTE

19.1 O contrato decorrente desta licitação não terá seus preços reajustados.

20. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ

ESTADO DA BAHIA

20.1 O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas caracterizará a inadimplência da adjudicatária /contratada, sujeitando-a as seguintes penalidades:

- a) Advertência;
- b) Multa no importe de 0,5% (cinco décimos por cento) do valor devido sobre o serviço ou parte dele, por dia de atraso na entrega;
- c) Multa de 5% (cinco por cento) sobre o valor do contrato, no caso da contratada injustificadamente desistir da contratação podendo ser ainda aplicadas demais penalidades previstas neste título;
- d) Suspensão temporária do direito de licitar e contratar com a Prefeitura Municipal de Ibirapuã;
- e) Declaração de inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade;

20.2 A multa prevista será aplicada pela Prefeitura Municipal, de ofício ou mediante solicitação por Chefia de Assessoria de Imprensa da Prefeitura Municipal de Ibirapuã.

20.3 A aplicação das penalidades, de suspensão temporária e declaração de inidoneidade são de competência do Prefeito Municipal, facultada a defesa do contratado no respectivo processo, no prazo de 10 (dez) dias contados da abertura de vista.

20.4 Na aplicação das penalidades previstas será facultada a defesa do interessado no respectivo processo, no prazo de 5 (cinco) dias úteis.

21. DO DIREITO DE PETIÇÃO

21.1 É facultado ao licitante, em decorrência das decisões relacionadas com a presente licitação nos termos dos arts. 41 e 109 da Lei nº 8.666/93, a interposição de:

- a) IMPUGNAÇÃO AO EDITAL no prazo de até dois dias úteis anteriores à data de abertura dos Envelopes de HABILITAÇÃO, em face de vícios ou irregularidades porventura nele existentes.
- b) Decairá do direito a impugnar os termos deste Edital perante a Administração, o Licitante que o tendo aceitado sem objeções vier a apontar, depois do prazo fixado falhas ou irregularidades que o viciaria, hipótese em que tal comunicação não terá efeito de recurso.

22. RECURSO

22.1 Caberá a interposição de recurso no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados da intimação do ato ou da lavratura da ata quando presentes todos os licitantes, contra os seguintes atos:

- a) Habilitação ou inabilitação de licitante, dirigido ao Prefeito Municipal, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, que poderá reconsiderar a decisão ou, mantendo-se, fazê-lo subir devidamente informado para decisão em (5) cinco dias úteis;
- b) Do julgamento das propostas (classificação, desclassificação), também dirigido ao Prefeito Municipal, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, que adotará o mesmo procedimento previsto na letra "a",
- c) Da anulação ou revogação deste Edital dirigido ao Prefeito Municipal, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, que adotará o mesmo procedimento previsto na letra "a".
- d) A decisão proferida em grau de recurso será definida, dela dando – se conhecimento aos interessados por publicação resumida no "Diário Oficial" ou por comunicação direta mediante comprovação de recebimento.

23. DISPOSIÇÕES GERAIS

23.1 A administração poderá revogar a presente licitação por conveniência administrativa e interesse público devidamente justificado, sem que caiba à licitante direito a indenização, salvo em caso de dano efetivo disso resultante e na forma da lei.

23.2 A Administração deverá anular a presente licitação, no todo e em parte, sempre que ocorrer ilegalidade, de ofício ou por provocação.

23.3 A anulação do procedimento licitatório não gera direito a indenização salvo nos casos legais.

23.4 É facultada, à Comissão Permanente de Licitação ou à autoridade superior em qualquer fase do julgamento, promover diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo e aferição do ofertado, bem como solicitar a Órgãos competentes a elaboração de pareceres técnicos destinados a fundamentar as decisões.



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ

ESTADO DA BAHIA

23.5 É vedado ao licitante retirar sua proposta ou parte dela depois de iniciada a reunião de abertura dos Envelopes "PROPOSTA".

23.6 Havendo desistência por parte do licitante após o encerramento da reunião de abertura, se sujeitará este às penalidades previstas neste Edital.

23.7 Quaisquer dúvidas, consultas ou informações acerca da presente licitação ou deste edital somente serão aceitas se efetuadas por escrito, dirigidas a Comissão Permanente de Licitação até o 5º (quinto) dia anterior a data do recebimento dos Envelopes, através da Prefeitura Municipal de Ibirapuã no período das 8h às 12h, telefone (73) 3011-0850.

Ibirapuã/BA, 17 de maio de 2019.

Geovana Silva Azevedo Correia
Presidente da CPL



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ

ESTADO DA BAHIA

ANEXO I

PROJETO BÁSICO

AÇÕES DE COMUNICAÇÃO, MARKETING E PROPAGANDA

1. Estudo e Planejamento estratégico: realizar estudo e análise da Prefeitura Municipal de Ibirapuã; realizar estudo e pesquisa de opinião pública na cidade de Ibirapuã e, com intuito de traçar o perfil psicossocial da população e a imagem percebida sobre a Prefeitura Municipal; elaborar, Plano de Comunicação Integrada e Marketing Estratégico, orientado por profissional com formação específica em Marketing Institucional.

2. Criação de campanhas publicitárias contemplando os seguintes objetivos:

Conscientização de Conservação de Patrimônio Público: Conscientizar o cidadão através de uma campanha publicitária a importância de zelar pelo patrimônio público, desenvolvendo o sentimento de pertencimento, de que o que é de todos é para ser cuidado, respeitado, amado e admirado.

A comunicação deve conter informações objetivas, de modo a produzir conhecimento, esclarecimento, além de aumentar o respeito do cidadão pelo logradouros e equipamentos públicos, consolidando a autoestima de uma cidade bem cuidada e de um povo bem educado.

Eventos públicos municipais: Inaugurações e eventos solenes e Audiências Públicas as quais deverão ser amplamente divulgadas.

Produtos e serviços: produção de material de divulgação das atividades realizadas pela Prefeitura em veiculação como radio, jornal, som de linha, carro de som, distribuição de material gráfico e Internet. A intenção é prestar contas dos trabalhos realizados e mostrar a importância e qualidade dos serviços realizados.

4. Produção jornalística de matérias e notícias relacionadas à Prefeitura Municipal de Ibirapuã : este trabalho compreende a cobertura de eventos institucionais da Prefeitura Municipal de Ibirapuã e a posterior produção de matéria jornalística, com texto e foto, para ser usada dentro do Plano de Comunicação Institucional.

Durante a vigência do contrato serão efetuadas as ações de comunicação, publicidade e propaganda a seguir relacionadas, para as quais estão indicados os valores estimados de criação, organização e veiculação. Nos valores individuais não estão inclusos os valores de produção, praticados de acordo com a tabela do SINAPRO, a serem definidos conforme proposta de preço apresentada neste certame.

CAMPANHA PUBLICITÁRIA 1.1-TEMA: IBIRAPUÃ, MINHA CIDADE MEU ORGULHO.

Difundir a ideia de que nosso município é bonito e bom de se morar, que precisamos cuidar do patrimônio público, das praças, da escola, das vias, que é dever do cidadão cuidar daquilo que é de todos. Que devemos admirar, amar e nos orgulhar do que temos. Vamos combater a ideia de vandalismo, depredações, algazaras e descumprimento as leis e regras sociais em ambientes públicos, valorizando o meio ambiente, as crianças, gestantes, idosos e deficientes físicos. A campanha se dará ao longo do primeiro semestre de 2019, destacando a baixo os valores mensais, priorizando:

a) Outdoor – 04 outdoor por semestre.

a) Rádio - veiculação de spots, com 30" de duração, 10 chamadas por dia e mais divulgação em som de linha diária das 8h às 18h.

b) Rádio de abrangência dentro da cidade sendo 120 inserções por mês priorizando pela manhã bem cedo e durante o período da tarde.

c) Mídia de internet em portais de grande alcance e jornais impressos.



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ

ESTADO DA BAHIA

- d) Mídia de carro de som.
- e) Material gráfico a ser distribuído e trabalhado em escolas e repartições públicas.
- f) Plotagem nos veículos da Prefeitura do Setor de Limpeza;
- g) Botons com o slogan da campanha para todos os funcionários do município;

Objetivo: Valorizar a marca da Prefeitura, reforçando os conceitos de zelo, amor e orgulho pela cidade, além de convencer a comunidade que Ibirapuã é uma cidade organizada que mais cresce no Extremo Sul e garante os direitos básicos a população.



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ

ESTADO DA BAHIA

ANEXO II

BRIEFING

1- Histórico e objetivo:

IBIRAPUÃ E SUA ORIGEM, POPULAÇÃO, IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO.

O município de Ibirapuã, localizado no Extremo Sul da Bahia, foi emancipado em 20/07/1962 e teve como primeiro prefeito o senhor Carlos Carvalho de Souza. Atualmente conta com uma população estimada pelo IBGE de 9.644 habitantes. Nosso IDH tem classificação média, com seus 0,614 pontos, enquanto o indicador da longevidade apresenta 0,774 pontos e é considerado alto.

OBJETIVO

A prefeitura tem como carro chefe o processo de valorização do ser humano em todas as suas repartições a prioridade é sempre o cidadão. Dentro desse propósito, necessitamos da criação e produção de uma campanha que demonstre o respeito que os servidores públicos tem pelas pessoas, a transparência e a meta de atender as necessidades da população, aumentando a autoestima dos moradores.

É importante que a sociedade conheça os objetivos da gestão de valorizar as pessoas e suas necessidades. É fundamental a Prefeitura Municipal de Ibirapuã consolidar uma política de comunicação eficaz, proporcionando à sociedade uma resposta, mas para que isso se consolide é necessário que a informação esteja sempre disponível. As iniciativas da Prefeitura devem ser amplamente difundidas na comunidade. Assim, é necessário manter uma base de informação constante sobre as realizações, execução de programas, concretização dos projetos de interesse da comunidade.

DESAFIOS DA COMUNICAÇÃO

O maior desafio de comunicação desta campanha será a de convencer a população da importância popular para a gestão, uma vez, que a política no Brasil anda desacreditada. Nesta comunicação, a agência traçara uma ponte institucional do poder executivo municipal aos cidadãos ibirapuenses, tendo como base a valorização, o respeito e o zelo pelo ser humano.

Assim, as licitantes devem executar as seguintes tarefas:

Elaborar plano de comunicação que,

- Proponha a proximidade entre cidadão e poder executivo municipal;
- Apresente uma campanha contendo argumentos e peças que mantém constante uma comunicação das iniciativas da Prefeitura para com a população.
- Utilize através de meios pertinentes, a elevação da autoestima dos cidadãos.

PÚBLICO ALVO

Toda a sociedade moradora do município de Ibirapuã.

PEÇAS

Além da qualidade das peças, a pertinência quanto a quantidade e discurso criativo serão avaliados de acordo com a estratégia da campanha sugerida por cada licitante. Todos os recursos de mídia e não-mídia podem ser utilizados.

CAMPANHA

A campanha proposta pela Prefeitura de Ibirapuã é a Cidade Limpa que pretende demonstrar a população valorização, respeito e zelo pelo ser humano e pela cidade.



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ

ESTADO DA BAHIA

OBJETIVO DA CAMPANHA:

- Motivar/ Fomentar a organização e beleza da cidade, através da limpeza;
- Tornar Ibirapuã uma cidade reconhecida pela limpeza e zelo no Extremo Sul;
- Elevar autoestima dos moradores;
- Fazer com que os cidadãos tenham sua autoconfiança elevada na administração pública;

- Através da participação de todos ficará mais fácil a construção de um município melhor;
- Por fim, a construção de uma imagem transparente, séria e justa do poder executivo municipal;

DISPONIBILIDADE ORÇAMENTÁRIA

RECURSO:

Para esta campanha fica estimada uma verba de **R\$ 17.000,00 (dezesete mil reais)** para ser veiculada no município de Ibirapuã no período de um mês a ser escolhido pela empresa participante deste processo licitatório.



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ

ESTADO DA BAHIA

ANEXO III

Carta de Credenciamento

Pelo presente instrumento credenciamos o (a) Sr.(a) portador do documento de identidade nº para participar das reuniões relativas ao processo licitatório Carta Convite nº __/____, o qual está autorizado a requerer vistas de documentos e propostas, manifestar-se em nome da empresa, desistir e interpor recursos, rubricar documentos e assinar atas, a que tudo daremos por firme e valioso.

local, de 2019.

.....
Assinatura

Obs.: Carimbo padronizado da empresa



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ

ESTADO DA BAHIA

ANEXO IV

DECLARAÇÃO

A pessoa jurídica _____, inscrita no CNPJ n.º _____, por intermédio de seu representante legal, Sr.(a) _____, portador(a) da Carteira de Identidade n.º _____, e do CPF n.º _____, DECLARA, para fins de participação na licitação na modalidade CONVITE n.º 010-2019, bem como atendendo ao disposto no inciso V do art. 27 da Lei n.º 8.666/93, de 21/06/1993 e suas alterações posteriores, em cumprimento ainda ao que determina o inciso XXXIII do art. 7.º da Constituição Federal e Lei n.º 9.854, de 27/10/1999, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre.

Ibirapuã, de de 2019.

Empresa (assinatura e carimbo do CNPJ)



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ

ESTADO DA BAHIA

ANEXO V

DECLARAÇÃO

A Empresa _____, inscrita no CNPJ Nº _____, com sede à _____, nº _____, Bairro _____, Cidade _____, **DECLARA**, para os devidos fins que nunca sofreram penalidades administrativas aplicadas por órgãos da administração pública (art. 6º, inciso XI, da Lei 8.666/93) previstas nos artigos 87, incisos III e IV da lei 8.666/93 e que nunca tiveram seus contratos firmados com órgãos da administração pública, rescindidos com fulcros no artigo 78, incisos I e IV.

Por ser expressão da verdade, firma a presente para que produza os efeitos legais a que se destina.

Ibirapuã, de de 2019.

Empresa (assinatura e carimbo do CNPJ)



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ

ESTADO DA BAHIA

ANEXO VI

MINUTA DE CONTRATO CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA Nº CC-...-2019

A PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ, Estado da Bahia, inscrita no CNPJ sob nº 14.210.389/0001-04, localizada na Praça Lourival Pereira Barros, S/N, Centro, CEP 45.940-000, legalmente representado por seu prefeito, Sr. CALIXTO ANTÔNIO RIBEIRO, brasileiro, casado, empresário, portador do RG. nº M 370.215 e CPF nº 098.080.196-68, residente na Fazenda Monte Alto, Zona Rural, Ibirapuã, neste Estado, doravante denominado **CONTRATANTE**, e de outro lado,, situada na....., CNPJ nº, doravante denominada de **CONTRATADA**, consoante as disposições expressas na Carta convite de Preço nº 010-2019, tudo em conformidade com as Leis Federais 12.232/2010 e 8.666/93 com suas modificações posteriores, celebram o presente instrumento de contrato, pactuando para tanto o seguinte:

CLÁUSULA PRIMEIRA: DO OBJETO

Constitui objeto da presente licitação contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de comunicação social nas áreas de agenciamento de publicidade, propaganda e marketing, abrangendo trabalhos de criação, produção de artefatos, reprodução e veiculação de programas e campanhas publicitárias **em mídias faladas, e escritas e de comunicação dirigida** de caráter informativo, educativo e de orientação social à comunidade.

Compete à agência o planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º da Lei 12.232/10.

Os serviços a serem prestados pela contratada compreendem o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a informação de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

Os serviços de comunicação social terão caráter educativo, informativo, de orientação social ou de utilidade pública, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos (art. 37, §1º, da Constituição Federal).



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ

ESTADO DA BAHIA

O público-alvo dos serviços ora licitados é primordialmente a população, respeitados os segmentos específicos para a comunicação dirigida, como campanhas de lançamento e sustentação de ações e serviços, podendo atingir outros públicos internos ou externos à ação da Prefeitura Municipal de Ibirapuã.

Relativamente aos serviços produzidos pela contratada, todos os direitos autorais relativos aos produtos de comunicação e outros abrangidos pelo objeto desta Licitação pertencerão ao Contratante/Prefeitura Municipal de Ibirapuã.

Os serviços produzidos pelos servidores lotados na própria Chefia da Assessoria de Imprensa da Prefeitura Municipal de Ibirapuã não se incluem entre os serviços prestados pela contratada, não gerando quaisquer benefícios pelos direitos autorais.

As quantidades de serviços poderão sofrer alterações ou supressões, conforme interesse da Prefeitura Municipal, dentro do limite previsto no artigo 65, da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e suas alterações.

Os serviços serão prestados pela Contratada, mediante prévia e expressa solicitação da Prefeitura Municipal, após aprovação por Chefia de Assessoria de Imprensa da Prefeitura Municipal de Ibirapuã.

Os serviços deverão ser executados pela Agência Contratada e deverão observar rigorosamente o padrão de qualidade, prazos e custos fixados; prática de preços em conformidade com os praticados no mercado e obedecer às normas da legislação pertinente em vigor, em especial ao Código de Ética, do **CONAR**, e da própria Lei Federal nº 12.232/10.

Além dos serviços internos da Agência, à contratada se responsabilizar pela execução de serviços de veiculação mediante expressa autorização da Chefia da Assessoria de Imprensa da Prefeitura Municipal de Ibirapuã, ressaltando que a contratada será a única e integral responsável dos serviços e cumprimento de todas as obrigações contratuais perante a PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ.

CLÁUSULA SEGUNDA: DO VALOR DA CONTRATAÇÃO E DA REMUNERAÇÃO

O valor estimado (anual ou do prazo do contrato) para a contratação é de R\$ (.....) onerando, no exercício de 2019.

a) O valor dos serviços será orçado pela contratada em cada caso, em função dos custos respectivos, obedecendo-se, rigorosamente, sob a pena de responsabilidade, sua compatibilidade com os preços de mercado e os parâmetros apresentados na proposta de preço da CONTRATADA e deverão ser submetidos à apreciação do gerenciador do contrato indicado pela CONTRATANTE que decidirá quanto à sua remuneração;

b) A execução desses serviços será remunerada originalmente da forma abaixo, ainda não levando em consideração os eventuais descontos e repasses concedidos pelos licitantes, na forma apresentada na "Proposta Comercial ou de Preços":



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ

ESTADO DA BAHIA

- c) Pelo “desconto de agência” de 20% (vinte por cento) a ser pago pelos veículos de comunicação, sobre seus preços de tabela ou pelo valor efetivamente negociado da mídia;
- d) Pela taxa de 15% (quinze por cento) sobre os custos de produção realizada por terceiros ou custo efetivo dos serviços e suprimentos contratados;
- e) Pela taxa de 10% (dez por cento) sobre os custos de produção realizada por terceiros, sobre o custo efetivo dos serviços e suprimentos contratados, quando a responsabilidade da agência limitar-se à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento;
- f) Pelos valores constantes da Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Bahia relativamente aos serviços prestados internamente na Agência;

CLÁUSULA TERCEIRA: DO PAGAMENTO E DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

O pagamento se dará até o 10º (décimo) dia da apresentação do Relatório dos serviços executados, juntamente com a nota fiscal emitida para a Prefeitura Municipal de Ibirapuã, acompanhadas das Notas Fiscais dos prestadores de serviços, emitidas à contratante, além de 1 (um) exemplar de todas as publicações realizadas no período;

O valor estimado mensal será de no máximo R\$ 17.000,00 (dezesete mil reais) e o total do contrato não poderá ultrapassar o valor global de R\$ 119.000,00 (cento e dezenove mil reais), consignado no orçamento da Prefeitura Municipal de Ibirapuã, através da seguinte dotação orçamentária:

0201 – Gabinete do Prefeito
2008 – Promoção e Divulgação de Eventos e Atos Oficiais – Gab. Prefeito
33903900 0100 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica

0501 – Secretaria Municipal de Ação Social
2099 – Promoção e Divulgação de Eventos e Atos Oficiais – FMAS
33903900 0100 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica

0601 – Secretaria Municipal de Saúde
2040 – Promoção e Divulgação de Eventos e Atos Oficiais – FMS
33903900 6102 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica

0701 – Unidade de Educação
2029 – Promoção e Divulgação de Eventos e Atos Oficiais – Educação
33903900 7101 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica

O valor anual estimado do contrato constitui-se em mera previsão dimensionada, não estando a Prefeitura Municipal de Ibirapuã obrigada a realizá-lo em sua totalidade, e não cabendo a licitante vencedora o direito de pleitear qualquer tipo de reparação ou compensação pelo não uso do total da verba.

O valor anual será dividido em vários serviços que ocorrerão durante o ano, de acordo com a necessidade e a conveniência da Prefeitura, podendo haver acréscimos ou supressões nos serviços em até 25% (vinte e cinco por cento) da quantidade inicialmente estimada.



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ

ESTADO DA BAHIA

CLÁUSULA QUARTA: DA VIGÊNCIA

O presente contrato terá sua vigência da data de assinatura até 31 de dezembro de 2019, **PODENDO** ser prorrogado conforme art. 57 da Lei 8.666/93.

CLÁUSULA QUINTA: DO REAJUSTE

O contrato decorrente desta licitação não sofrerá reajuste.

CLÁUSULA SEXTA: DAS OBRIGAÇÕES DAS PARTES

1 - Da Contratante

- a) Coordenar os serviços objeto do contrato por meio da Chefia da Assessoria de Imprensa da Prefeitura Municipal de Ibirapuã;
- b) Solicitar à contratada, em tempo hábil, a execução de qualquer serviço ou tarefa;
- c) Aprovar previamente os trabalhos a serem executados e seus respectivos custos;
- d) Fiscalizar a execução do contrato.

2 - Da Contratada

- a) Executar os serviços com qualidade em conformidade com as normas éticas e técnicas;
- b) Submeter previamente à Chefia da Assessoria de Imprensa da Prefeitura Municipal de Ibirapuã os trabalhos a serem executados e seus respectivos custos, devidamente acompanhados do seguinte:
 1. No mínimo 3 (três) estudos indicativos de forma e conteúdo do trabalho a ser executado;
 2. No mínimo 3 (três) orçamentos em papel timbrado de cada fornecedor ou prestador de serviços, quando o trabalho envolver a participação de terceiros;
- c) Os documentos acima citados poderão tornar-se públicos e serão juntados ao processo respectivo e ficarão sob a guarda da Gerencia de Contabilidade por um período mínimo de cinco anos;
- d) Apresentar plano de avaliação de resultados, planejamento de mídia e definição de impacto total desejado e da frequência de veiculação necessária a cada campanha;
- e) Indicar, por escrito, preposto para, em seu nome, coordenar a execução dos serviços e representá-la perante a Administração Municipal, com poderes para deliberar sobre todas as questões relacionadas ao contrato;
- f) Alocar os recursos humanos e materiais necessários à execução dos serviços;
- g) Responsabilizar-se por qualquer infração de direito de uso de ideias métodos ou processos legalmente previdenciários, comerciais e quaisquer outros que incidam sobre os serviços objeto do contrato;
- h) Responsabilizar-se por quaisquer encargos, tributários, fiscais, trabalhistas, previdenciários, comerciais e quaisquer outras eventuais indenizações cabíveis;
- i) Responder por eventuais danos causados à Câmara ou a terceiros, decorrentes de culpa ou dolo seus ou de seus prepostos na execução dos serviços;



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ

ESTADO DA BAHIA

j) Ceder para a PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ os direitos autorais relativos aos produtos de comunicação e quaisquer abrangidos pelo objeto do contrato, inclusive as peças publicitárias.

CLÁUSULA SÉTIMA: DAS SANÇÕES

O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas caracterizará a inadimplência da adjudicatária /contratada, sujeitando-a as seguintes penalidades:

- a) Advertência;
- b) Multa no importe de 0,5% (cinco décimos por cento) do valor devido sobre o serviço ou parte dele, por dia de atraso na entrega;
- c) Multa de 5% (cinco por cento) sobre o valor do contrato, no caso da contratada injustificadamente desistir da contratação podendo ser ainda aplicadas demais penalidades previstas neste título;
- d) Suspensão temporária do direito de licitar e contratar com a Prefeitura Municipal de Ibirapuã.
- e) Declaração de inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.

A ADVERTÊNCIA e multa prevista será aplicada pela Prefeitura Municipal, de ofício ou mediante solicitação da Chefia de Gabinete do Prefeito.

A aplicação das penalidades, de suspensão temporária e declaração de inidoneidade são de competência do Presidente da Prefeitura Municipal, facultada a defesa do contratado no respectivo processo, no prazo de 10 (dez) dias contados da abertura de vista.

Na aplicação das penalidades previstas será facultada a defesa do interessado no respectivo processo, no prazo de 5 (cinco) dias úteis.

CLÁUSULA OITAVA: DAS PRERROGATIVAS DA CÂMARA

- a) Alterar unilateralmente o contrato, para melhor adaptá-lo às finalidades de interesse público respeitado os direitos da contratada;
- b) Aplicar sanções administrativas pela inexecução total ou parcial do contrato, assegurado o contraditório e a ampla defesa da Contratada;

CLÁUSULA NONA: DA RESCISÃO

O presente contrato poderá ser rescindido:

- a) Por ato unilateral e escrito na Prefeitura Municipal, nos casos enumerados nos incisos I a XII do art. 78 da Lei 8.666/93;
- b) Amigavelmente, por acordo das partes, reduzida a termo no processo de licitação, desde que haja conveniência para a Prefeitura Municipal.

CLÁUSULA DÉCIMA: DAS DIPOSIÇÕES GERAIS



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ

ESTADO DA BAHIA

O presente contrato vincula-se ao Edital da Carta Convite nº 010-2019, o qual além de estabelecer conduzir normas para a licitação e também dirimirá as dúvidas que surgirem neste contrato.

A Contratada deverá executar o contrato e seu objeto diretamente, salvo aqueles que, por sua natureza, reclamem à execução por terceiros (veiculação).

A tolerância da Prefeitura Municipal com qualquer atraso ou inadimplência por parte da Contratada ou a abstenção do exercício de quaisquer direitos assegurados neste contrato não importará, de forma alguma, uma alteração contratual.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA: DA FISCALIZAÇÃO

A execução do presente contrato será acompanhada e fiscalizada por servidor designado pela **CONTRATANTE**, com autoridade para exercer, em seu nome, toda e qualquer ação de orientação geral, controle e fiscalização da execução contratual.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA: DO FORO

O Foro do presente contrato é o da Comarca de Ibirapuã - BA, com a exclusão de qualquer outro.

E, por estarem justas e contratadas, assinam as partes o presente contrato, em 3 (três) vias de igual teor e forma na presença das testemunhas subscritas.

Ibirapuã - BA, de de 2019.

Calixto Antônio Ribeiro
Prefeito Municipal

Contratada
CNPJ nº

TESTEMUNHAS:

_____ RG _____

_____ RG _____



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ

ESTADO DA BAHIA

ANEXO VII

PROTOCOLO DE RECEBIMENTO DO EDITAL

EDITAL DE CONVITE N.º 010-2019

Recebi o Edital de licitação na modalidade **CONVITE N.º 010-2019**, composto por Edital e demais anexos que fazem parte integrante do mesmo, cujo objeto é a Contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de comunicação social nas áreas de agenciamento de publicidade, propaganda e marketing, abrangendo trabalhos de criação, produção de artefatos, reprodução e veiculação de programas e campanhas publicitárias em mídias faladas, e escritas e de comunicação dirigida de caráter informativo, educativo e de orientação social à comunidade, durante o exercício de 2019.

Ibirapuã/BA, _____ de _____ de 2019.

Empresa
CNPJ nº



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ

ESTADO DA BAHIA

ANEXO VIII

Planilha para Avaliação da Capacidade de Atendimento

Proposta Técnica I - Envelope nº I

COMISSÃO DE LICITAÇÃO E SERVIDOR TÉCNICO

QUESITO	MÁXIMA	N1	N2	N3	MÉDIA
A) Capacidade de Atendimento					
Capacidade Geral	2				
Sistemática de Atendimento	6				
Informação e Comunicação	2				
B) Repertório					
Capacidade Técnica e Artística	5				
C) Relato de Soluções					
Capacidade de detectar e delimitar problemas	5				
Nota Máxima	20	Nota da Proponente			

Ibirapuã, ___ de _____ de 2019.

Servidor Técnico

Membro da Comissão

Membro da Comissão

Membro da Comissão



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ

ESTADO DA BAHIA

**Planilha para Avaliação do Plano de Comunicação Publicitária
Proposta Técnica II - Envelope nº III
COMISSÃO DE LICITAÇÃO E SERVIDOR TÉCNICO**

QUESITO	MÁXIMA	N1	N2	N3	MÉDIA
A) RACIOCÍNIO BÁSICO					
Conhecimento das características gerais	3				
Acuidade de compreensão demonstrada	7				
B) ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA					
Formulação do conceito	7				
Formulação do tema	3				
C) IDEIA CRIATIVA					
Estratégia de comunicação	10				
Cobertura do público envolvido	5				
D) ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA					
Conhecimento dos hábitos de comunicação	5				
Capacidade analítica	5				
Consciência e economicidade do plano geral	5				
Nota Máxima	50	Nota da Proponente			

Ibirapuã, ___ de _____ de 2019

Servidor Técnico

Membro da Comissão

Membro da Comissão

Membro da Comissão



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAPUÃ

ESTADO DA BAHIA

Planilha para Avaliação da Proposta Comercial Proposta Comercial - Envelope nº IV Presidente de Licitação

QUESITO	NOTAS (N)	DESCONTO	NOTA
DCI	Desconto sobre os Custos Internos da contratada em percentual dados aos preços constantes da Tabela de Custos Internos do Sindicado das Agências de Propaganda do Estado da Bahia.	Desconto superior a 0,0 % Nota = 1,0 x desconto percentual	
DHT	Desconto sobre os Honorários de 15% sobre os custos de produção realizada por Terceiros ou custo efetivo dos serviços e suprimentos contratados; (honorário não poderá ser superior a 15%). Honorários superiores a 15% serão desclassificados	Honorários iguais a 15% N = 0 Honorários iguais ou superiores a 10,01% e inferiores a 15% N = 6 x (15 - honorários em percentual)	
DHP	Desconto sobre Honorário de 10% sobre os custos de produção realizada por terceiros, sobre o custo efetivo dos serviços e suprimentos contratados, quando a responsabilidade da agência limitar-se à contratação ou Pagamento do serviço ou suprimento; (Honorário não poderá ser superior a 10%) Honorários superiores a 10% serão desclassificados	Honorários iguais a 10% N = 0 Honorários iguais ou superiores a 5,01% e inferiores a 10% N = 4 X (10 - honorário em percentual) Honorários inferiores a 5% N = 20	
Nota da Proponente			

Ibirapuã, __ de _____ de 2019.

Geovana Silva Azevedo Correia
Presidente da CPL