Estado de Alagoas

PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA

PROTOCOLO GERAL

Nº : 1018019 2013
ENT. : 18/10/2013
SAÍDA: ___/___/201__ às ____:____
MARGARETH CORTEZ DA COSTA

ANEXO

INTERESSADO

NOME : SECRETARIA MUNCIPAL DE ADMINISTRAÇÃO
END. : Rua -ROSALVO PINTO DAMASO
FONE : (82) 3279-1309 (82) 9116-6099

ASSUNTO

ABERTURA DE PROCESSO LICITATORIO
PARA CONTRATAÇÃO DE AGENCIA DE PUBLICIDADE.

ANDAMENTO

DATA	DESTINO
18/10/2013	GABINETE DO PREFEITO

EM BRANCO

ESTADO DE ALAGOAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA
Secretaria Municipal de Administração

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 02

CI nº 507/2013-SMA

Boca da Mata/AL, em 18 de outubro de 2013.

Exmo. Senhor Prefeito,

Considerando a necessidade de implementar nesta municipalidade uma política participativa entre a população e seus representantes, visando inseri-los no cotidiano administrativo do Município de Boca da Mata.

Considerando que no desenvolvimento desta política participativa é de suma importância a contratação de agência de publicidade e propaganda para que prestem os serviços de publicidade, compreendendo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão de execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação referente às atividades deste Município.

Considerando as inovações trazidas pela Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, em especial ao art. 10, §1º que institui como pré-requisito a criação de uma subcomissão técnica.

Sirvo-me do presente para solicitar autorização para instauração do competente processo licitatório que vise a contratação de 01 (uma) agência de publicidade e propaganda para prestação de serviços de publicidade, compreendendo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão de execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação referentes às atividades do Município de Boca da Mata.

Em sendo autorizado, apresento sugestões de nomes a serem sorteados nos termos da lei para compor a subcomissão técnica a ser instituída:

EM BRANC

Fls. 03

NOMES (COM VÍNCULO FUNCIONAL)	FUNÇÃO
AFRÂNIO LUIZ DE ALMEIDA LIMA	CHEFE DE SETOR / SEC. DE ADMINISTRAÇÃO
JOSÉ GILSON DA COSTA NEVES	ASSESSOR ESPECIAL / SEC. DE FINANÇAS
MARGARETH CORTEZ DA COSTA	ASSESSOR TÉCNICO / SEC. DE ADMINISTRAÇÃO
MURILO DE ARAUJO SILVA	CHEFE DE SETOR / SEC. DE ADMINISTRAÇÃO
NOME (SEM VÍNCULO FUNCIONAL)	**PROFISSÃO**
KLEYNER CARDOSO SILVA GOMES	PUBLICITÁRIO
ELZA SIMÕES DO AMARAL	JORNALISTA

Esclareço que os nomes sugeridos entre os que compõem vínculo funcional são, entre os reduzidos servidores deste município, os que atuam mais diretamente com comunicação, apesar de não serem formados em nenhuma das áreas citadas pela Lei, não sendo encontrado nenhum servidor no quadro com a formação em comunicação, publicidade ou marketing.

Outrossim, os nomes indicados que não possuem vínculo funcional foram formalmente comunicado da nossa intenção e apresentaram documento concordando com este ato.

Sem mais, fico no aguardo da definição de V. Senhoria, ao tempo em que renovo meus elevados préstimos de estima e consideração.

Atenciosamente,

Elder Rodrigues Pereira
Secretário Mun. Administração

EM BRANCO

ESTADO DE ALAGOAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA
Gabinete do Prefeito

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 04

PROCESSO Nº **1018-019/2013/2013**

INTRESSADO: **Secretaria Municipal de Administração**

ASSUNTO: **Solicita Contratação de Agência de Publicidade**

DESPACHO

Nos termos sugeridos pelo Secretário de Municipal de Administração, autorizo a contratação de 01 (uma) agência de publicidade e propaganda para prestação de serviços de publicidade, compreendendo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão de execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação referentes às atividades do Município de Boca da Mata, ao tempo em que autorizo à Comissão de Licitação proceder com todos os atos inerentes as especificidades que envolvem a contratação pretendida, podendo utilizar dos nomes sugeridos na composição da subcomissão técnica.

Ademais, antes do prosseguimento do feito pela Comissão de Licitação, remeto os autos à Secretaria Municipal de Planejamento e Finanças para que informe a dotação orçamentária que irá custear a futura contratação, considerando a perspectiva de gastos de anos anteriores ou, em sua ausência, estudos de viabilidade de financeira possíveis de serem destinadas a este fim.

Boca da Mata-AL, 21 de outubro de 2013.

GUSTAVO DANTAS FEIJÓ
Prefeito

EM BRANC

PROCESSO 1018-019/2013

INTERESSADO: Secretaria Municipal de Administração

ASSUNTO: Solicita Abertura de Processo Licitatório Para Contratação de Agência de Publicidade

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL Fls. 05

VALOR TOTAL: R$ 1.000.000,00 (Hum Milhão de Reais)

Informamos que o valor a ser gasto na presente contratação, no intuito de atender as necessidades satisfatoriamente, será de R$ 1.000.000,00 (hum milhão de reais) e que a referida despesa correrá por conta da unidade orçamentária: 15.15.2032 (Secretaria Municipal de Esportes e Lazer – Manutenção da Secretaria de Esportes e Lazer), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 03.31.2024 (Fundo Municipal de Defesa Social – Manutenção do Fundo Municipal de Defesa Social), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 04.40.2007 (Secretaria Municipal de Infra-Estrutura – Manutenção da Secretaria de Infra-Estrutura), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 06.60.2009 (Secretaria Municipal de Educação e Cultura – Manutenção da Secretaria de Educação), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 03.30.2005 (Secretaria Municipal de Administração – Manutenção da Secretaria de Administração), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 02.20.2002 (Gabinete do Prefeito – Manutenção do Gabinete do Prefeito) , 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 05.50.2008 (Secretaria Municipal de Agricultura e Meio Ambiente – Manutenção da Secretaria de Agricultura e Meio Ambiente), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 10.10.2022 (Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo – Manutenção da Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 08.80.6013 (Secretaria Municipal de Assistência Social – Manutenção da Secretaria de Assistência Social), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 07.70.6002 (Secretaria Municipal de Saúde – Manutenção da Secretaria de Saúde), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 14.14.2038 (Secretaria Municipal de Planejamento e Finanças – Manutenção da Secretaria de Planejamento e Finanças), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); do Programa de Trabalho das Secretarias Municipais interessadas, e que existe previsão orçamentária e financeira.

A Comissão Permanente de Licitações para as devidas providências.

Em 22 de outubro de 2013.

Antônio Thiago Melo da Rocha

Secretário de Planejamento e Finanças

EM BRANC

ESTADO DE ALAGOAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA
Gabinete do Prefeito

BOCA DA MATA ALAGOAS
VALORIZANDO NOSSA GENTE
Fls. 06

PORTARIA Nº 693/2013.

O PREFEITO DO MUNICÍPIO DE BOCA DA MATA, ESTADO DE ALAGOAS, no uso de suas atribuições legais, com fulcro no art. 44, inciso IV, da Lei Orgânica Municipal e,

Considerando o disposto no art. 51, da Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993, que dispõe sobre licitações e contratos da Administração Pública, que a Comissão Permanente ou Especial de Licitações será composta de, no mínimo, 03 (três) membros, sendo pelo menos 02 (dois) deles servidores qualificados pertencentes aos quadros permanentes dos órgãos da Administração responsável pela licitação;

Considerando, ainda, que a CPL possui a função de receber, examinar e julgar todos os documentos e procedimentos relativos ao cadastramento de licitantes e às licitações nas modalidades concorrência, tomada de preço e convite;

Considerando, mais, o grande número de procedimentos licitatório em andamento neste Município, o que vem acarretando, sobremaneira, carga de trabalho superior a possibilidade do Pregoeiro e atual equipe de apoio;

Considerando, ao fim, a necessidade de reforço no número de membros na Comissão Permanente de Licitações, visando, sobretudo, celeridade nas análises de documentos, o que ensejará, de certo, a conclusão das licitações dentro do cronograma de trabalho e metas deste Município.

RESOLVE:

Art. 1° - NOMEAR a servidora de provimento de cargo efetivo **Rosana Melo da Silva**, matrícula nº 0898, para compor a equipe de apoio da Comissão Permanente de Licitações do Município de Boca da Mata, Alagoas.

Art. 2º - Esta Portaria entrará em vigor na data de sua publicação.

Dê-se ciência. Publica-se. Registre-se e Cumpra-se.

Gabinete do Prefeito do Município de Boca da Mata, Estado de Alagoas, aos 02 dias do mês de setembro de 2013.

GUSTAVO DANTAS FEIJÓ
PREFEITO

Publicado, registrado e arquivado, pela Secretaria Municipal de Administração em 2 de setembro de 2013.

ELDER RODRIGUES PEREIRA
Secretário Municipal de Administração

EM BRANC

ESTADO DE ALAGOAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA
Gabinete do Prefeito

Fls. 07

Portaria nº. 001/ 2013

DISPÕE SOBRE NOMEAÇÃO DE COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

O Prefeito do Municipio de Boca da Mata, Estado de Alagoas, no uso de suas atribuições legais,

RESOLVE:

Art. 1º. Nomear a Comissão Permanente de Licitações, a qual será responsável por todos os atos necessários ao processo licitatório, que a Lei 8.666/93 assim prever.

Art. 2º. Ficam designados os seguintes servidores para compor a Comissão Permanente de Licitações e, suas respectivas funções, quais sejam:

Bergson Araújo Leite (Assessor Especial II – CC4) – Presidente

Adna Antunes de Almeida (Matrícula nº 0813) – Membro

Antônio Eraldo Gomes da Silva (Matrícula nº 0901) – Membro

Art. 3º. Ficam designados como membros suplentes os servidores **Adna Antunes de Almeida (Matrícula nº 0813)** e **Antônio Eraldo Gomes da Silva (Matrícula nº 0901)**.

Art. 4º. A Comissão Permanente de Licitações atuará como Equipe de Apoio, sendo designado como Pregoeiro: **Bergson Araújo Leite (Assessor Especial II – CC4)**, nos termos da Lei nº 10.520/2002.

Art. 5º. Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação, revogando-se as disposições em contrário.

PUBLIQUE-SE.

Gabinete do Prefeito do Município de Boca da Mata/AL, em 02 de janeiro de 2013.

GUSTAVO DANTAS FEIJÓ
Prefeito

Publicado no Quadro de Avisos da Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL, em 02 de janeiro de 2013.

Ciente em 02/01/2013

Elder Rodrigues Pereira
Secretário Municipal de Administração

CIENTE EM 02/01/2013
BERGSON

Ciente em 02/01/13

EN BLANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 08

PROCESSO Nº **1018-019/2013**
INTRESSADO: **Secretaria Municipal de Administração**
ASSUNTO: **Contratação de agência de publicidade**

Despacho

Trata o presente processo de solicitação de contratação de 01 (uma) agência de publicidade e propaganda para prestação de serviços de publicidade, compreendendo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão de execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação referentes às atividades do Município de Boca da Mata.

Considerando que o recurso previstos nesta contratação é inferior a 10 (dez) vezes o limite previsto na alínea a do inciso II do art. 23 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, os nomes sugeridos para compor a subcomissão técnica são suficientes, estando os autos devidamente instruído com as informações necessárias para sua continuidade.

Isto posto, passo a publicar no Diário Oficial do Estado a sessão publica para sorteio dos integrantes da subcomissão, respeitando o prazo de 10 (dez) dias para sua realização, nos termos do art. 10 da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010.

CPL, em 22 de outubro de 2013.

Bergson Araújo Leite
Presidente

EM BRANCO

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 09

PROCESSO Nº **1018-019/2013**
INTRESSADO: **Secretaria Municipal de Administração**
ASSUNTO: **Contratação de agência de publicidade**

SORTEIO PÚBLICO - RELAÇÃO

À Prefeitura Municipal de Boca da Mata, em atendimento ao art. 10, §2º e §3º da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2012, torna público a relação de nomes para composição da subcomissão técnica a ser sorteado no dia 11 de novembro de 2013, às 10 horas, naSede da Comissão Permanente de Licitação localizada na Rua Ladislau Coimbra, nº 102, Centro.

NOMES (COM VÍNCULO FUNCIONAL)	**FUNÇÃO**
AFRÂNIO LUIZ DE ALMEIDA LIMA	CHEFE DE SETOR / SEC. DE ADMINISTRAÇÃO
JOSÉ GILSON DA COSTA NEVES	ASSESSOR ESPECIAL / SEC. DE FINANÇAS
MARGARETH CORTEZ DA COSTA	ASSESSOR TÉCNICO / SEC. DE ADMINISTRAÇÃO
MURILO DE ARAUJO SILVA	CHEFE DE SETOR / SEC. DE ADMINISTRAÇÃO
NOME (SEM VÍNCULO FUNCIONAL)	**PROFISSÃO**
KLEYNER CARDOSO SILVA GOMES	PUBLICITÁRIO
ELZA SIMÕES DO AMARAL	JORNALISTA

Em cumprimento ao §5º da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2012, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, mediante fundamento jurídico plausível, sendo adotadas as providências dispostas na lei acima mencionada.

CPL, em 22 de outubro de 2013.

Bergson Araújo Leite
Presidente

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 10

PREFEITURA MUNICIPAL SENADOR RUI PALMEIRA - AL
AVISO DE LICITAÇÃO PREGÃO Nº 13/2013

Objeto: Contratação de serviços especializados para organização, planejamento e realização de processo seletivo na modalidade concurso público através de provas e títulos. Abertura: 08/11/2013 – 9 h. - Tipo: Menor Preço, representado pelo menor preço global. O Edital poderá ser adquirido na Sala da Comissão de Licitação, no horário das 8 às 12 horas, na Sede Administrativa Municipal. Rua Santo Antonio, nº 13 - Centro. Senador Rui Palmeira, 24 de outubro de 2013. Rogério Vieira Cabral, Pregoeiro.

# # #

ESTADO DE ALAGOAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS

SÚMULA DE TERMO ADITIVO TP Nº 005/2013
PARTES:
- MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS - ESTADO DE ALAGOAS
- SECRETARIA MUNICIPAL DE INFRAESTRUTURA
- CONSTRUTORA COLIBRIR LTDA
FUNDAMENTO:
- Contratação nos moldes da Lei Federal nº 8.666/93 e alterações posteriores.
PROCESSO:
Processo Administrativo nº 12024/2013
OBJETO: execução de obras e serviços referentes a Execução de obras e serviços complementares remanescentes de construção de um PRÓINFANCIA- ESPAÇO EDUCATIVO INFANTIL TIPO B FNDE/MEC, situada em Palmeira de fora na cidade de Palmeira dos Índios.
CRÉDITO ORÇAMENTÁRIO: Programa de Trabalho: 12.361.0013.2026 – Gestão das Ações Ensino Fundamental- FUNDEB MDE – 40%; Elemento de Despesa: : 3.4.4.9.0.51 – obras e instalações.
DO VALOR: O presente contrato fica acrescido no valor global de R$ 126.842,34 (cento e vinte e seis mil, oitocentos e quarenta e dois reais e trinta e quatro centavos).
SIGNATÁRIOS:
MUNICÍPIO DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS
CONTRATANTE
JAMES RIBEIRO SAMPAIO CALADO MONTEIRO
Prefeito
SECRETARIA MUNICIPAL DE INFRAESTRUTURA
JOSÉ MARCELO ARAÚJO CAVALCANTE
Secretário
CONSTRUTORA COLIBRIR LTDA
CONTRATADA
EMERSON PEREIRA DA SILVA
Responsável Legal

Palmeira dos Índios – Alagoas, 02 de Outubro de 2013.

# # #

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARAPIRACA
HOMOLOGAÇÃO

A PREFEITURA MUNICIPAL DE ARAPIRACA, no uso de suas atribuições regulamentares e considerando o julgamento da pregoeiro e sua equipe de apoio, instituída pela Portaria nº 148/2013 de 21 de janeiro de 2013, considerando ainda, o parecer de lavra da Procuradoria Geral do Município, RESOLVE HOMOLOGAR o procedimento licitatório referente ao Pregão Eletrônico 049/2013, classificando vencedora dos Lote 01 a Empresa: LUKAUTO – COMERCIO DE PNEUMÁTICOS E PEÇAS LTDA, com valor de R$ 22.489,98 (vinte e dois mil, quatrocentos e oitenta e nove reais e noventa e oito centavos) vencedora do Certame, objetivando a Aquisição de pneus novos e câmaras de ar para motoniveladora e tratores agrícolas.
Arapiraca, 14 de Outubro de 2013
CÉLIA MARIA BARBOSA ROCHA
PREFEITA

# # #

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARAPIRACA
EXTRATO DE CONTRATO Nº 2332/2013

OBJETO: AQUISIÇÃO DE PNEUS NOVOS E CÂMARAS DE AR PARA MOTONIVELADORA E TRATORES AGRICOLAS.
LICITAÇÃO: Pregão Eletrônico nº049/2013
CONTRATANTE: Prefeitura Municipal de Arapiraca
CONTRATADA: LUKAUTO- COMERCIO DE PNEUMATICOS E PEÇAS LTDA.
CNPJ: 13.545.473/0001-16
DOS RECURSOS: despesas decorrentes desta contratação, correrão a conta do Programa de Trabalho 10.10.5.001- Fortalecimento da Agricultura Sustentável- PRONAF, elemento de despesa 3.3.90.30.01.0010- Material de Consumo.
VALOR: R$ 22.489,98 (vinte e dois mil, quatrocentos e oitenta e nove reais e noventa e oito centavos)
DATA DA ASSINATURA: 14 de Outubro de 2013
DOS SIGINATÁRIOS: Célia Maria Barbosa Rocha e Katie Muniz do Amaral

PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA
SORTEIO PÚBLICO
PROCESSO Nº 1018-019/2013

À Prefeitura Municipal de Boca da Mata, em atendimento ao art. 10, §2º e §3º da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2012, torna público a relação de nomes para composição da subcomissão técnica a ser sorteado no dia 11 de novembro de 2013, às 10 horas, na Sede da Comissão Permanente de Licitação localizada na Rua Ladislau Coimbra, nº 102, Centro.

NOMES (COM VÍNCULO FUNCIONAL)	FUNÇÃO
AFRÂNIO LUIZ DE ALMEIDA LIMA	CHEFE DE SETOR / SEC. DE ADMINISTRAÇÃO
JOSÉ GILSON DA COSTA NEVES	ASSESSOR ESPECIAL / SEC. DE FINANÇAS
MARGARETH CORTEZ DA COSTA	ASSESSOR TÉCNICO / SEC. DE ADMINISTRAÇÃO
MURILO DE ARAUJO SILVA	CHEFE DE SETOR / SEC. DE ADMINISTRAÇÃO
NOME (SEM VÍNCULO FUNCIONAL)	PROFISSÃO
KLEYNER CARDOSO SILVA GOMES	PUBLICITÁRIO
ELZA SIMÕES DO AMARAL	JORNALISTA

Em cumprimento ao §5º da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2012, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, mediante fundamento jurídico plausível, sendo adotadas as providências dispostas na lei acima mencionada.
Boca da Mata, 22 de outubro de 2013.
BERGSON ARAUJO LEITE
Presidente da Comissão de Licitação

ORDEM DOS ADVOGADOS DO BRASIL - OABSECCIONAL DE ALAGOAS

EDITAL Nº 001/13

A Comissão Eleitoral da Ordem dos Advogados do Brasil – Seccional de Alagoas designada através da Portaria nº 007/13, no uso de suas atribuições, torna pública a presente CONVOCAÇÃO aos advogados abaixo, para comporem as Mesas Eleitorais de recepção e apuração dos votos das eleições da lista sêxtupla ao Quinto Constitucional do TRT 19ª Região, que ocorrerão do próximo dia 29 de novembro do ano em curso.

Seção 1
Presidente: MONIQUE EMILY DA SILVA RAMOS OAB/AL 9069
Mesários: FELIPE DE CARVALHO ERNESTO BEZERRA OAB/AL 9080 e FLAVIA RENATA AVALCANTE DE CARVALHO OAB/AL 9089

Seção 2
Presidente: PEDRO GUILHERME CRUZ VIEIRA COSTA OAB/AL 9113
Mesários: GILVAN DE ALBUQUERQUE FERNANDES GOMES OAB/AL9157 e ANA CLAUDIA DE MAGALHÃES MOREIRA BARROS OAB/AL 9162

Seção 3
Presidente: POLLYANNE CAVALCANTE BARROS OAB/AL 9194
Mesários: WILLAMES DO NASCIMENTO RODRIGUES OAB/AL 9206 e AMANDA BARBOSA FERREIRA OAB/AL 9227

Seção 4
Presidente: WESLEY RIBEIRO CONDE OAB/AL 9267
Mesários: FABIO ENRIQUE DA ROCHA OAB/AL 9298 e MARIANA BARRETTO CARDOSO OAB/AL 9318

Seção 5
Presidente: ARTHUR FERNANDES DOS ANJOS CARVALHO OAB/AL 9330
Mesários: DIOGENES DE ALMEIDA FERREIRA BARBOSA OAB/AL 9333 e PAULA LAISE DE VASCONCELOS RIBEIRO SILVA OAB/AL 9338

Seção 6
Presidente: WALLISSON MAYK FERNANDES DE FARIAS 10321
Mesários: RENATA MAURICIO DE LIMA SILVA 10504 e VIRGINIO GERALDO MARQUES DE ANDRADE 10608

Seção 7
Presidente: IVONETE DA SILVA OAB/AL 10659
Mesários: RODRIGO ROLEMBERG DE MELO OAB/AL 10736 e HELINE JANINE FEITOSA SANTOS REGO OAB/AL 10804

Seção 8
Presidente: FABRICIA RAFAELLY PONCIANO DE LIMA OAB/AL 10857
Mesários: KAMYLA SILVA GAMA OAB/AL 10912 e JOÃO HENRIQUE AZEVEDO MEDEIROS OAB/AL 10968

Seção 9
Presidente: THIAGO ARAGAO LEVINO OAB/AL 11123
Mesários: CARLOS EDUARDO BARBOSA CALIXTO OAB/AL 11161 e JESSYKA DAYANNY DE BARROS FREIRE OAB/AL 11201

EM BRANCO

ESTADO DE ALAGOAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA
Comissão Permanente de Licitações

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 11

PROCESSO Nº **1018-019/2013**
INTRESSADO: **Secretaria Municipal de Administração**
ASSUNTO: **Contratação de agência de publicidade**

ATA DE SESSÃO PÚBLICA

Aos 12 (doze) dias do mês de novembro do ano de 2013 (dois mil e treze), às 10:00hs (dez horas), na sede da Comissão Permanente do Município de Boca da Mata/AL, localizada na Rua Ladislau Coimbra, nº 102, Centro, Boca da Mata/AL, reuniu-se a Comissão Permanente de Licitações, constituída por ato do Exmo. Sr. Prefeito, composta pelos servidores Bergson Araújo Leite (Presidente), Adna Antunes de Almeida (Membro) e Rosana de Melo da Silva (Membro), para proceder realização de sessão pública para sortear, entre os profissionais relacionados e divulgados no Diário Oficial do Estado de Alagoas, edição do dia 25 de outubro de 2013 , os 03 (três) membros que irão compor a subcomissão técnica do Município de Boca da Mata. Aberta a sessão verificou-se a ausência de interessados para assistir a realização do sorteio, tendo sido concedido o prazo de espera de 30 (trinta) minutos. Ultrapassado o prazo de espera, foi iniciado o sorteio público na presença dos membros da Comissão de Licitação. Como forma de facilitar a realização do sorteio, foi definida uma numeração para cada profissional, passando os mesmos a serem sorteados pelos seus respectivos números, conforme tabela abaixo:

RELAÇÃO DOS PROFISSIONAIS COM VÍNCULO	
NUMERAÇÃO	**PROFISSIONAL**
01	AFRÂNIO LUIZ DE ALMEIDA LIMA
02	JOSÉ GILSON DA COSTA NEVES
03	MARGARETH CORTEZ DA COSTA
04	MURILO DE ARAUJO SILVA

RELAÇÃO DOS PROFISSIONAIS SEM VÍNCULO	
NUMERAÇÃO	**PROFISSIONAL**
01	KLEYNER CARDOSO SILVA GOMES
02	ELZA SIMÕES DO AMARAL

Iniciado o sorteio dos profissionais com vínculo foram sorteados os números: 01 e 02, correspondentes, respectivamente, ao Sr. AFRÂNIO LUIZ DE ALMEIDA LIMA e Sr. JOSÉ GILSON DA COSTA NEVES e o profissional sem vínculo foi o número 01, correspondente ao Sr. KLEYNER CARDOSO SILVA GOMES. Assim, nos moldes da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, fica constituída a Subcomissão Técnica do Município de Boca da Mata, sendo a mesma publicada no Diário Oficial do Estado. Nada mais havendo, lavrou-se a presente Ata que vai assinada por todos os presentes. Em Boca da Mata/AL, 12 de novembro de 2013, às 11:17hs (onze horas e dezessete minutos), horário local.

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO:

Bergson Araújo Leite
Presidente

Adna Antunes de Almeida
Membro

Rosana de Melo da Silva
Membro

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 12

Diário Oficial

Maceio - Segunda-feira
18 de Novembro de 2013
Edição Eletrônica Certificada Digitalmente conforme LEI Nº 7.397/2012

Estado de Alagoas
Unidade Federativa do Brasil

R$ 1,40
Ano 101 - Número 214

Diário dos Municípios

Prefeitura de Arapiraca

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARAPIRACA
RETIFICAÇÃO DO EDITAL DE CONVOCAÇÃO – AUDIÊNCIAS PÚBLICAS DO PLHIS

CÉLIA MARIA BARBOSA ROCHA, Prefeita do Município de Arapiraca, Estado de Alagoas, atendendo ao disposto na Lei Federal nº. 11.124/2005, do Sistema Nacional de Habitação de Interesse Social, bem como na Lei Municipal nº 2424/2006 – Plano Diretor Participativo, CONVIDA a todos(as) os cidadãos(ãs) e Organizações Representativas do Município a participarem das Audiências Públicas do processo democrático do PLANO LOCAL DE HABITAÇÃO DE INTERESSE SOCIAL (PLHIS), que serão realizadas conforme abaixo:

I – DO OBJETIVO

Tornar público e dar amplo conhecimento de realização aos habitantes de Arapiraca-AL sobre o processo do PLHIS.

II – 1ª AUDIÊNCIA PÚBLICA – Apresentação do Diagnóstico Habitacional
Data: 28 de novembro de 2013
Horário: 8:00hs
Local: Planetário e Casa da Ciência – Apoio as Escolas de Tempo Integral III, localizado no Lago da Perucaba, bairro Zélia Barbosa Rocha, cidade de Arapiraca – AL.

III – 2ª AUDIÊNCIA PÚBLICA – Estratégias de Ação
Data: 11 de dezembro de 2013
Horário: 8:00hs
Local: Planetário, Lago da Perucaba

Arapiraca, 14 de novembro de 2013
CÉLIA MARIA BARBOSA ROCHA
Prefeita do Município

Prefeitura de Boca da Mata

PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA
RESULTADO DO SORTEIO DOS MEMBROS DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

PROCESSO Nº 1018-019/2013

A Prefeitura Municipal de Boca da Mata, Estado de Alagoas, através da Comissão de Licitações, torna público o resultado do sorteio dos profissionais que passarão a compor a subcomissão técnica do Município de Boca da Mata:

RELAÇÃO DOS PROFISSIONAIS COM VÍNCULO
AFRÂNIO LUIZ DE ALMEIDA LIMA
JOSÉ GILSON DA COSTA NEVES
RELAÇÃO DOS PROFISSIONAIS SEM
KLEYNER CARDOSO SILVA GOMES

BERGSON ARAUJO LEITE
Presidente da CPL

MUNICÍPIO DE BOCA DA MATA
AVISO DE ADIAMENTO
TOMADA DE PREÇOS Nº 006/2013

A Comissão Permanente de Licitação do Município de Boca da Mata, Estado de Alagoas, torna público o ADIAMENTO da sessão pública da Tomada de preços nº 006/2013, que tem como objeto a Contratação de empresa de engenharia especializada para execução de obra referente a reforma e ampliação de Unidades Básicas de Saúde - UBS.

O recebimento e a abertura dos envelopes ocorrerão no dia 22 de novembro de 2013 às 10:00hs (dez horas), no endereço Rua Ladislau Coimbra, nº 102, Centro.

O Edital em inteiro teor continua à disposição dos interessados, no endereço acima, de 09 às 13 horas em dias úteis.

BERGSON ARAUJO LEITE
Presidente da CPL

MUNICÍPIO DE BOCA DA MATA
PREGÃO PRESENCIAL Nº 023/2013-SRP

O Pregoeiro do Município de Boca da Mata, Estado de Alagoas, TORNA PÚBLICO para conhecimento dos interessados, o RESULTADO DA FASE DE HABILITAÇÃO da licitação em epígrafe, cujo objeto é o Registro de Preços para Aquisição de Gêneros Alimentícios, material de limpeza, higienização, copa e cozinha e descartáveis, na forma abaixo:

Habilitação das licitantes VALMIR P. DE LIMA – ME, vencedora dos lotes 01, 02, 03, 05, 06, 08, 09, 12, 13 e 14, BERNADI E GUEDES LTDA – EPP, vencedora do lote 04, P.J. MARQUES SAMPAIO, vencedora do lote 07, JGS PRODUTOS ALIMENTÍCIOS LTDA – ME, vencedora do lote 10, e BRITO E CAMPOS DISTRIBUIDORA DE ALIMENTOS LTDA – EPP, vencedora do lote 11, confirmando-se que ambas atenderam plenamente às exigências contidas no instrumento convocatório da licitação.

Outrossim, informa aos interessados que a partir da data desta publicação abre-se o prazo para interposição de recursos administrativos.

BERGSON ARAUJO LEITE
Pregoeiro

Prefeitura de Campo Alegre

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPO ALEGRE
AVISO DE ADIAMENTO PREGÃO PRESENCIAL SRP Nº 029/2013 – 2ª CHAMADA

O Pregoeiro do Município de Campo Alegre, no usos de suas atribuições legais, informa aos interessados que, em virtude da ocorrência de fato superveniente e de relevante interesse público, a abertura do Pregão Presencial nº 029/2013 – 2ª Chamada – Aquisição de Material de Informática, com abertura prevista para o dia 18 de novembro de 2013 às 08:00 horas. FICA ADIADA para o dia 05 de Dezembro de 2013 às 08:00 horas.

FUNDAMENTAÇÃO LEGAL: Lei 10.520/02, subsidiada pela Lei 8.666/93 e suas alterações, Dec. Mun. nº 01/2007.

DISPONIBILIDADE DO EDITAL E INFORMAÇÕES: Comissão Permanente de Licitação, na Avenida Monsenhor Hidelbrando Verissimo Guimarães, n. 02, Centro, das 8:00 às 11:00 horas ou site www.campoalegre.al.gov.br. Campo Alegre, 13 de novembro de 2013.
Manoel Felipe Costa de Siqueira - Pregoeiro – Port. n. 157/2013.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPO ALEGRE
AVISO DE ADIAMENTO PREGÃO PRESENCIAL SRP Nº 032/2013 – 2ª CHAMADA

O Pregoeiro do Município de Campo Alegre, no usos de suas atribuições legais, informa aos interessados que, em virtude da ocorrência de fato superveniente e de relevante interesse público, a abertura do Pregão Presencial nº 32/2013 – 2ª Chamada – Aquisição de Combustíveis, com abertura prevista para o dia 14 de novembro de 2013 às 08:00 horas, FICA ADIADA para o dia 02 de Dezembro de 2013 às 08:00 horas.

FUNDAMENTAÇÃO LEGAL: Lei 10.520/02, subsidiada pela Lei 8.666/93 e suas alterações, Dec. Mun. nº 01/2007.

DISPONIBILIDADE DO EDITAL E INFORMAÇÕES: Comissão Permanente de Licitação, na Avenida Monsenhor Hidelbrando Verissimo Guimarães, n. 02, Centro, das 8:00 às 11:00 horas ou site www.campoalegre.al.gov.br. Campo Alegre, 13 de novembro de 2013.
Manoel Felipe Costa de Siqueira - Pregoeiro – Port. n. 157/2013.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPO ALEGRE
AVISO DE ADIAMENTO PREGÃO PRESENCIAL SRP Nº 034/2013

O Pregoeiro do Município de Campo Alegre, no usos de suas atribuições legais, informa aos interessados que, em virtude da ocorrência de fato superveniente e de relevante interesse público, a abertura do Pregão Presencial nº 34/2013 –Aquisição de Fogos de Artifício, com abertura prevista para o dia 14 de novembro de 2013 às 10:00 horas, FICA ADIADA para o dia 02 de Dezembro de 2013 às 10:00 horas.

FUNDAMENTAÇÃO LEGAL: Lei 10.520/02, subsidiada pela Lei 8.666/93 e suas alterações, Dec. Mun. nº 01/2007.

DISPONIBILIDADE DO EDITAL E INFORMAÇÕES: Comissão Permanente de Licitação, na Avenida Monsenhor Hidelbrando Verissimo Guimarães, n. 02, Centro, das 8:00 às 11:00 horas ou site www.campoalegre.al.gov.br. Campo Alegre, 13 de novembro de 2013.
Manoel Felipe Costa de Siqueira - Pregoeiro – Port. n. 157/2013.

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 13

PROCESSO Nº **1018-019/2013**
INTRESSADO: **Secretaria Municipal de Administração**
ASSUNTO: **Contratação de agência de publicidade**

Despacho

Considerando a realização do sorteio da Subcomissão Técnica, com a devida publicação do resultado no Diário Oficial do Estado de Alagoas, e após reanálise processual por parte desta Comissão Permanente de Licitação, verificaram-se incongruências no presente processo administrativo, no que se refere ao valor orçado para a contratação de agência de publicidade;

Considerando que na solicitação do Secretário de Administração tem-se a indicação, como sugestão, dos nomes a serem sorteados nos termos da lei para compor a subcomissão técnica, fazendo-se menção que o recurso a ser utilizado nesta contratação é inferior a 10 (dez) vezes o limite previsto na alínea a do inciso II do art. 23 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, esta Comissão utilizou-se do entendimento contido no art. § 3º, da lei 10.232/2010, e considerou a quantidade de pessoas indicadas suficiente para compor a subcomissão técnica;

Considerando a não observação detalhada do Despacho do Secretário Municipal de Planejamento e Finanças, no qual informa o valor a ser utilizado na presente contratação, qual seja R$ 1.000.000,00 (hum milhão de reais), tem-se que os nomes sugeridos não são suficientes para atendimento da lei, uma vez que no mesmo art. 10, § 2º, tem-se que a relação de nomes deverá ter, no mínimo, o triplo de número de integrantes, ou seja 09 (nove) nomes, e será composta por pelo menos 1/3 (um terço) de profissionais sem vínculo funcional ou contratual;

Considerando que detectamos uma falha passível de nulidade processual, posteriormente, bem como evitando o retardamento da conclusão do mesmo, retornamos os autos ao Gabinete do Prefeito para que o mesmo se pronuncie acerca do valor a ser considerado na contratação, bem como, se assim desejar, indique os nomes dos participantes para compor a subcomissão técnica;

Após, retornem os autos a esta Comissão Permanente de Licitação para demais providências.

CPL, em 26 de novembro de 2013.

Bergson Araújo Leite
Presidente

EM BRANC

ESTADO DE ALAGOAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA
Gabinete do Prefeito

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 14

PROCESSO Nº **1018-019/2013/2013**

INTRESSADO: **Secretaria Municipal de Administração**

ASSUNTO: **Solicita Contratação de Agência de Publicidade**

DESPACHO

Considerando as informações passadas pela Comissão Permanente de Licitação, RATIFICO que o valor a ser considerado na contratação de agência de publicidade é de R$ 1.000.000,00 (hum milhão de reais), conforme indicado pela Secretaria Municipal de Planejamento e Finanças.

Assim, retornos os autos à Comissão Permanente de Licitação indicando os nomes dos participantes a compor a Subcomissão Técnica para as providências necessárias:

Participantes com Vinculo	**Função**
Afrânio Luiz de Almeida Lima	Chefe de Setor
José Eurico Beltrão Coelho da Paz Junior	Assessor Especial
Margareth Cortez da Costa	Assessor Técnico
Murilo de Araujo Silva	Chefe de Setor
Antonio Eraldo Gomes da Silva	Assessor Técnico
Maria Anidartian Alves Nogueira	Assessor Técnico
Participantes sem Vinculo	**Profissão**
Maria Teresa Rocha de Oliveira	Publicitário
Daniel Araújo Macedo	Publicitário
Daniel de Holanda Falcão	Publicitário

Boca da Mata-AL, 19 de dezembro de 2013.

GUSTAVO DANTAS FEIJÓ
Prefeito

EM BRANCO

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 15

PROCESSO Nº **1018-019/2013**
INTRESSADO: **Secretaria Municipal de Administração**
ASSUNTO: **Contratação de agência de publicidade**

SORTEIO PÚBLICO - RELAÇÃO

À Prefeitura Municipal de Boca da Mata, em atendimento ao art. 10, §2º e §3º da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2012, torna público a relação de nomes para composição da subcomissão técnica a ser sorteado no dia 14 de fevereiro de 2014, às 10 horas, na Sede da Comissão Permanente de Licitação localizada na Rua Ladislau Coimbra, nº 102, Centro.

NOMES (COM VÍNCULO FUNCIONAL)	**FUNÇÃO**
Afrânio Luiz de Almeida Lima	Chefe de Setor
José Eurico Beltrão Coelho da Paz Junior	Assessor Especial
Margareth Cortez da Costa	Assessor Técnico
Murilo de Araujo Silva	Chefe de Setor
Antonio Eraldo Gomes da Silva	Assessor Técnico
Maria Anidartian Alves Nogueira	Assessor Técnico
NOME (SEM VÍNCULO FUNCIONAL)	**PROFISSÃO**
Maria Teresa Rocha de Oliveira	Publicitário
Daniel Araújo Macedo	Publicitário
Daniel de Holanda Falcão	Publicitário

Em cumprimento ao §5º da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2012, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, mediante fundamento jurídico plausível, sendo adotadas as providências dispostas na lei acima mencionada.

**Republicado por incorreção*

CPL, em 28 de janeiro de 2014.

Bergson Araújo Leite
Presidente

EM BRANCO

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 16

Prefeitura de Boca da Mata

AVISO DE ADESÃO A REGISTRO DE PREÇOS
Processo nº 1219-007/2013
Considerando o que consta dos autos do presente processo, DECLARO a Adesão à Ata de Registro nº 1219-007/2013, celebrada entre o MUNICIPIO DE BOCA DA MATA/AL e a empresa MIXPEL COM. DE PAPELARIA E INFORMATICA – CNPJ nº 11.050.845/0001-08, para a aquisição de Equipamentos de Informática, fundamentada no Decreto Municipal nº 786/2013, que regulamenta o Art. 15 da Lei Federal nº 8.666/93.
GUSTAVO DANTAS FEIJÓ
Prefeito

AVISO DE ADESÃO A REGISTRO DE PREÇOS
Processo nº 0107-014/2014
Considerando o que consta dos autos do presente processo, DECLARO a Adesão à Ata de Registro nº 0107-014/2014, celebrada entre o MUNICIPIO DE BOCA DA MATA/AL e a empresa MIXPEL COM. DE PAPELARIA E INFORMATICA – CNPJ nº 11.050.845/0001-08, para a aquisição de Equipamentos de Informática, fundamentada no Decreto Municipal nº 786/2013, que regulamenta o Art. 15 da Lei Federal nº 8.666/93.
GUSTAVO DANTAS FEIJÓ
Prefeito

SORTEIO PÚBLICO
PROCESSO Nº 1018-019/2013
A Prefeitura Municipal de Boca da Mata, em atendimento ao art. 10, §2º e §3º da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2012, torna público a relação de nomes para composição da subcomissão técnica a ser sorteado no dia 14 de fevereiro de 2014, as 10 horas, na Sede da Comissão Permanente de Licitação localizada na Rua Ladislau Coimbra, nº 102, Centro.

NOMES (COM VINCULO FUNCIONAL)	FUNÇÃO
Afrânio Luiz de Almeida Lima	Chefe de Setor
José Eunco Beltrão Coelho da Paz Junior	Assessor Especial
Margareth Cortez da Costa	Assessor Técnico
Murilo de Araujo Silva	Chefe de Setor
Antonio Eraldo Gomes da Silva	Assessor Técnico
Maria Anidartian Alves Nogueira	Assessor Técnico
NOME (SEM VÍNCULO FUNCIONAL)	PROFISSÃO
Maria Teresa Rocha de Oliveira	Publicitário
Daniel Araujo Macedo	Publicitário
Daniel de Holanda Falcão	Publicitário

Em cumprimento ao §5º da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2012, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, mediante fundamento jurídico plausível, sendo adotadas as providências dispostas na lei acima mencionada.
CPL, em 28 de janeiro de 2014.
BERGSON ARAUJO LEITE
Presidente da Comissão de Licitação
*Republicado por incorreção

AVISO DE HOMOLOGAÇÃO
Processo nº 1101-013/2013
Pregão Presencial nº 036/2013-SRP
Face ao constante nos autos do processo nº 1101-013/2013, referente ao Pregão Presencial para Registro de Preços nº 036/2013-SRP, do tipo menor preço por lote, HOMOLOGO o procedimento licitatório, com fundamento no Artigo 4º, inciso XXII, da Lei nº 10.520/2002.
GUSTAVO DANTAS FEIJÓ
Prefeito

EXTRATO DE ATA DE REGISTRO DE PREÇOS
Ata de Registro de Preços nº PP036/2013.1 – Processo nº 1101-013/2013 – Pregão Presencial nº 036/2013-SRP – Fundamentação Legal: Lei Federal nº 10.520/2002, Lei Federal nº 8.666/93 e Decreto Municipal nº 786/2013 – Fornecedor Registrado: MARIA FABIANE DE ALMEIDA SILVA027134474-10 (CNPJ nº 13.063.602/0001-30) – Objeto: aquisição de equipamentos e suprimentos de informática (LOTE 01 – COMPUTADOR I) – Valor global: R$ 159.700,00 (cento e cinquenta e nove mil e setecentos reais) – Vigência: 12 (doze) meses.

EXTRATO DE ATA DE REGISTRO DE PREÇOS
Ata de Registro de Preços nº PP036/2013.2 – Processo nº 1101-013/2013 – Pregão Presencial nº 036/2013-SRP – Fundamentação Legal: Lei Federal nº 10.520/2002, Lei Federal nº 8.666/93 e Decreto Municipal nº 786/2013 – Fornecedor Registrado: TJC REPRESENTAÇÕES LTDA ME (CNPJ nº 16.554.376/0001-88) – Objeto: aquisição de equipamentos e suprimentos de informática (LOTE 02 – COMPUTADOR II) – Valor global: R$ 480.000,00 (quatrocentos e oitenta mil reais) – Vigência: 12 (doze) meses.

EXTRATO DE ATA DE REGISTRO DE PREÇOS
Ata de Registro de Preços nº PP036/2013.3 – Processo nº 1101-013/2013 – Pregão Presencial nº 036/2013-SRP – Fundamentação Legal: Lei Federal nº 10.520/2002, Lei Federal nº 8.666/93 e Decreto Municipal nº 786/2013 – Fornecedor Registrado: JC INFORMATICA LTDA ME (CNPJ nº 10.573.844/0001-85) – Objeto: aquisição de equipamentos e suprimentos de informática (LOTE – 3 - IMPRESSORA) – Valor global: R$ 164.750,00 (cento e sessenta e quatro mil e setecentos e cinquenta reais) – Vigência: 12 (doze) meses.

EXTRATO DE ATA DE REGISTRO DE PREÇOS
Ata de Registro de Preços nº PP036/2013.4 – Processo nº 1101-013/2013 – Pregão Presencial nº 036/2013-SRP – Fundamentação Legal: Lei Federal nº 10.520/2002, Lei Federal nº 8.666/93 e Decreto Municipal nº 786/2013 – Fornecedor Registrado: ROSIVAL J. DOS SANTOS PAPELARIA ME (CNPJ nº 17.311.305/0001-17) – Objeto: aquisição de equipamentos e suprimentos de informática (LOTES 04 – ESTABILIZADOR E NO-BREAK e 05 – SUPRIMIENTOS) – Valor global: R$ 132.370,00 (cento e trinta e dois mil, trezentos e setenta reais – Vigência: 12 (doze) meses.

EXTRATO DE ATA DE REGISTRO DE PREÇOS
Ata de Registro de Preços nº PP025/2013 – Processo nº 0913-021/2013 – Pregão Presencial nº 025/2013-SRP – Fundamentação Legal: Lei Federal nº 10.520/2002, Lei Federal nº 8.666/93 e Decreto Municipal nº 786/2013 – Fornecedor Registrado: CONVEM COMÉRCIO DE VEICULOS E MOTORES LTDA (CNPJ nº 12.388.278/0001-67) – Objeto: Aquisição de Motocicletas – Valor global: R$ 109.150,00 (cento e nove mil, cento e cinquenta reais) – Vigência: 12 (doze) meses.

EXTRATO DE CONTRATO
Contrato nº 1219-007/2013 – Processo nº 1219-007/2013 – Adesão à Ata de Registro nº 29/2013 do MUNICIPIO DE SÃO JOSÉ DA LAJE/AL – Fundamentação Legal: Decreto Municipal nº 786/2013 que regulamenta o Art. 15 da Lei 8.666/93 – Contratada: MIXPEL COM. DE PAPELARIA E INFORMÁTICA (CNPJ nº 11.050.845/0001-08) – Objeto: aquisição de Equipamentos de Informática – Valor global: R$ 14.328,00 (catorze mil, trezentos e vinte e oito reais) – Vigência: 30 (trinta) dias.

EXTRATO DE CONTRATO
Contrato nº 0107-014/2014 – Processo nº 0107-014/2014 – Adesão à Ata de Registro nº 29/2013 do MUNICIPIO DE SÃO JOSÉ DA LAJE/AL – Fundamentação Legal: Decreto Municipal nº 786/2013 que regulamenta o Art. 15 da Lei 8.666/93 – Contratada: MIXPEL COM. DE PAPELARIA E INFORMÁTICA (CNPJ nº 11.050.845/0001-08) – Objeto: aquisição de Equipamentos de Informática – Valor global: R$ 9.552,00 (nove mil, quinhentos e cinquenta e dois reais) – Vigência: 30 (trinta) dias.

EXTRATO DE CONTRATO
Contrato nº 0902-025/2013 – Processo nº 0902-025/2013 – Dispensa de Licitação – Fundamentação Legal: Art. 24, Incisos V da Lei Federal nº 8.666/93 – Contratada: J. A. ALVES DA ROCHA E CIA LTDA (CNPJ nº 13.108.902/0001-98) – Objeto: Contratação de empresa para prestação de serviços de consultoria e assessoria contabil – Valor global: R$ 220.200,00 (duzentos e vinte mil, duzentos reais) – Vigência: 12 (doze) meses.

EXTRATO DO PRIMEIRO TERMO ADITIVO AO CONTRATO Nº CC001/2013
Processo nº 0219-014/2013 – art. 57, da Lei 8.666/93 - Contratada: MB COUTO DE MORAES - EPP (CNPJ nº 12.529.124/0001-48) - Objeto: Primeiro Termo Aditivo ao Contrato Nº CC001/2013 de aquisição de uniformes - Prazo: até 25 de abril de 2014.

EXTRATO DO PRIMEIRO TERMO ADITIVO AO CONTRATO Nº PP018/2013
Processo nº 1030-020/2013 – art. 65§ 1º, da Lei 8.666/93 - Contratada: SP COMERCIO E SERVIÇOS LTDA (CNPJ Nº 01.663.303/0001-57) - Objeto: Primeiro Termo Aditivo ao Contrato de Aquisição de Material de Expediente para o Programa Brasil Alfabetizado - Valor do Termo Aditivo: R$3.962,50 (três mil, novecentos e sessenta e dois reais e cinquenta centavos) - Vigência: até 31 de dezembro de 2013.

AVISO DE HOMOLOGAÇÃO
Processo nº 0913-021/2013
Pregão Presencial nº 025/2013-SRP
Face ao constante nos autos do procedimento licitatorio Pregão Presencial nº 025/2013-SRP, do Tipo Menor Preço, referente ao Processo nº 0913-021/2013, HOMOLOGO, com fundamento no Artigo 4º, Inciso XXII, da Lei Federal nº 10.520/2002, o procedimento licitatorio para que a Adjudicação nele contida produza seus efeitos juridicos e legais
GUSTAVO DANTAS FEIJÓ
Prefeito

Prefeitura de Cacimbinhas

ESTADO DE ALAGOAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE CACIMBINHAS-AL

EXTRATO DA ATA DE REGISTRO DE PREÇOS Nº 11/2013.
Processo: n.º 20130700001482 Pregão Presencial nº 24/2013. Objeto: Eventuais aquisições de Gêneros Alimentícios, para compor a cesta básica e manutenção das secretarias. Assinatura da Ata: 06 de setembro de 2013. Vigência: 12 meses a contar da publicação no Diário Oficial. Empresa Homologada

EM BRANC

ESTADO DE ALAGOAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA
Comissão Permanente de Licitações

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 17

PROCESSO Nº **1018-019/2013**
INTRESSADO: **Secretaria Municipal de Administração**
ASSUNTO: **Contratação de agência de publicidade**

ATA DE SESSÃO PÚBLICA

Aos 14 (catorze) dias do mês de fevereiro do ano de 2014 (dois mil e catorze), às 10:00hs (dez horas), na sede da Comissão Permanente do Município de Boca da Mata/AL, localizada na Rua Ladislau Coimbra, nº 102, Centro, Boca da Mata/AL, reuniu-se a Comissão Permanente de Licitações, constituída por ato do Exmo. Sr. Prefeito, composta pelos servidores Bergson Araújo Leite (Presidente), Adna Antunes de Almeida (Membro) e Rosana de Melo da Silva (Membro), para proceder realização de sessão pública para sortear, entre os profissionais relacionados e divulgados no Diário Oficial do Estado de Alagoas, edição do dia 31 de janeiro de 2014, os 03 (três) membros que irão compor a subcomissão técnica do Município de Boca da Mata. Aberta a sessão verificou-se a ausência de interessados para assistir a realização do sorteio, tendo sido concedido o prazo de espera de 30 (trinta) minutos. Ultrapassado o prazo de espera, foi iniciado o sorteio público na presença dos membros da Comissão de Licitação. Como forma de facilitar a realização do sorteio, foi definida uma numeração para cada profissional, passando os mesmos a serem sorteados pelos seus respectivos números, conforme tabela abaixo:

RELAÇÃO DOS PROFISSIONAIS COM VÍNCULO	
NUMERAÇÃO	**PROFISSIONAL**
01	Afrânio Luiz de Almeida Lima
02	José Eurico Beltrão Coelho da Paz Junior
03	Margareth Cortez da Costa
04	Murilo de Araujo Silva
05	Antonio Eraldo Gomes da Silva
06	Maria Anidartian Alves Nogueira

RELAÇÃO DOS PROFISSIONAIS SEM VÍNCULO	
NUMERAÇÃO	**PROFISSIONAL**
01	Maria Teresa Rocha de Oliveira
02	Daniel Araújo Macedo
03	Daniel de Holanda Falcão

Iniciado o sorteio dos profissionais com vínculo foram sorteados os números: 03 e 04, correspondentes, respectivamente, a Sra. Margareth Cortez da Costa e Sr. MURILO DE ARAUJO SILVA e o profissional sem vínculo foi o número 02, correspondente ao Sr. DANIEL ARAÚJO MACEDO. Assim, nos moldes da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, fica constituída a Subcomissão Técnica do Município de Boca da Mata, sendo a mesma publicada no Diário Oficial do Estado. Nada mais havendo, lavrou-se a presente Ata que vai assinada por todos os presentes. Em Boca da Mata/AL, 14 de fevereiro de 2014, às 11:04hs (onze horas e quatro minutos), horário local.

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO:

Bergson Araújo Leite
Presidente

Adna Antunes de Almeida
Membro

Rosana de Melo da Silva
Membro

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 16

Diário Oficial

Maceio - Terça-feira
18 de Março de 2014
Edição Eletrônica Certificada Digitalmente conforme LEI Nº 7.397/2012

Estado de Alagoas
Unidade Federativa do Brasil

Assinado digitalmente pela COMPANHIA DE EMPREENDIMENTOS, INTERMEDIAÇÃO E PARCERIAS DE ALAGOAS - CEPAL
Data: Terça-feira, 18 de Março de 2014 às 0:00:00

Ano 102 - Número 51

Diário dos Municípios

Prefeitura de Arapiraca

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARAPIRACA
EXTRATO DE CONTRATOS Nº 143/2014
Nº 144/2014 E Nº 145/2014

OBJETO: Aquisição de Equipamentos Destinados ao Centro Especializado para Pessoas em Situação de Rua – Centro POP
LICITAÇÃO: Pregão Eletrônico nº 067/2013
CONTRATANTE: Fundo Municipal de Assistência Social de Arapiraca- AL.
CONTRATO Nº 143/2014
CONTRATADA: Jorge Luiz Furtado Feliceti – ME
CNPJ: 09.372.287/0001-55
VALOR: O Valor global do referido contrato é de R$ 22.132,00 (vinte e dois mil, cento e trinta e dois reais ,já estão incluídas todas as despesas diretas e indiretas especificadas na proposta da CONTRATADA
CONTRATO Nº 144/2014
CONTRATADA: DIRCEU LONGO & CIA LTDA
CNPJ: 92.823.764/0001-03
VALOR: O Valor global do referido contrato é de R$ 2.199,99 (dois mil cento e noventa e nove reais e noventa e nove centavos) , já estão incluídas todas as despesas diretas e indiretas especificadas na proposta da CONTRATADA
CONTRATO Nº 145/2014
CONTRATADA: DIFLEX INSTALAÇÕES COMERCIAIS LTDA
CNPJ: 11.058.007/0001-80
VALOR: O Valor global do referido contrato é de R$ 9.807,00 (nove mil, oitocentos e sete reais) , já estão incluídas todas as despesas diretas e indiretas especificadas na proposta da CONTRATADA
DATA DA ASSINATURA: 26 de Fevereiro de 2014
DOS RECURSOS: As despesas resultantes deste contrato correrão por conta da rubrica orçamentária 17.17.08.244.0225.6063 e elemento de despesa 4490.52.2000, IGD/SUAS

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARAPIRACA
AVISO DE LICITAÇÃO
PREGÃO ELETRÔNICO Nº 015/2014

OBJETO: Registro de Preço para Aquisição de Gêneros Alimentícios destinados ao Restaurante Popular.
ABERTURA: 31 de Março de 2014, às 09h (horário de Brasília) abertura das propostas. 09:15min (horário de Brasília) início da etapa de lance, através site www.licitacoes-e.com.br.
INFORMAÇÕES: informações disponíveis na sala da CPL- Compras e Serviços Comuns, com sede na Escola de Governo Prefeita Célia Rocha, situado na Rua José Jailson Nunes, S/N, Santa Edwiges, das 8:00 às 14:00 horas, pelo telefone (82)3521-1282/91171382 ou através do site www.arapiraca.al.gov.br

Arapiraca, 17 de Março de 2014
Givaldo Inácio dos Santos
Pregoeiro

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARAPIRACA
AVISO DE LICITAÇÃO
PREGÃO ELETRÔNICO Nº 016/2014

OBJETO: Registro de Preço para contratação de empresa especializada que possua os requisitos necessários para a gestão e operacionalização de serviços em tecnologia da informação para Secretaria de Assistência Social da Prefeitura de Arapiraca.
ABERTURA: 31 de Março de 2014, às 10h (horário de Brasília) abertura das propostas. 10:30min (horário de Brasília) início da etapa de lance, através site www.licitacoes-e.com.br.
INFORMAÇÕES: informações disponíveis na sala da CPL- Compras e Serviços Comuns, com sede na Escola de Governo Prefeita Célia Rocha, situado na Rua José Jailson Nunes, S/N, Santa Edwiges, das 8:00 às 14:00 horas, pelo telefone (82)3521-1282/91171382 ou através do site www.arapiraca.al.gov.br.

Arapiraca, 17 de Março de 2014
Givaldo Inácio dos Santos
Pregoeiro

Prefeitura de Barra de Santo Antônio

ESTADO DE ALAGOAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA DE SANTO ANTÔNIO
A Prefeitura Municipal de Barra de Santo Antônio torna público que requereu do Instituto do Meio Ambiente - IMA a Licença Ambiental para Construção de Unidade Básica de Saúde, no âmbito do Ministério da Saúde, conforme Proposta SICONV nº 073480/2009, Convênio nº 720727/2009 e Contrato de Repasse nº 315940-33/2009.
Barra de Santo Antônio 13 de março de 2014
José Rogério Cavalcante Farias
Prefeito

Prefeitura de Batalha

CHAMADA PÚBLICA Nº 001/2014
2ª CHAMADA
O Município de Batalha/AL, representado neste ato pelo Prefeito, Aloisio Rodrigues de Melo, no uso de suas prerrogativas legais, e considerando o disposto no art. 21 da Lei 11.947 e na Resolução CD/FNDE nº 38/2009, através da Secretaria Municipal de Educação, vem realizar Chamada Pública para aquisição de gêneros alimentícios destinados ao Programa Nacional de Alimentação Escolar – PNAE, a serem fornecidos no período de 14 de abril a 19 de dezembro de 2014. Os grupos formais e informais deverão apresentar a documentação para habilitação e o projeto de venda em sessão pública a ser realizada no dia 08 de abril de 2014 às 10:00 horas, na sala da Comissão Permanente de Licitação do Município de Batalha, com sede à Rua Padre Daniel Bezerra, nº 99, centro, Batalha/AL.
ALOÍSIO RODRIGUES DE MELO
Prefeito

CHAMADA PÚBLICA Nº 002/2014
2ª CHAMADA
O Município de Batalha/AL, representado neste ato pelo Prefeito, Aloisio Rodrigues de Melo, no uso de suas prerrogativas legais, e considerando o disposto no art. 5º do Decreto Presidencial nº 7.775 de 04/07/2012, na Resolução do GGPAA - Grupo Gestor do Programa de Aquisição de Alimentos n.º 50 de 26/09/2012 da SESAN – Secretaria Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional e no Art. 17º da Lei 12.512/2011, através das Secretarias Municipais de Saúde e Assistência Social, vem realizar a 2ª Chamada Pública do ano de 2014, para aquisição de gêneros alimentícios da Agricultura Familiar e do Empreendedor Familiar Rural, modalidade compra institucional, PAA-MUNICIPAL destinado à manutenção do Hospital Municipal Antônio Vieira Filho, CAPS e Secretaria Municipal de Assistência Social, durante o ano de 2014. Os grupos formais e informais deverão apresentar a documentação para habilitação e o projeto de venda em sessão pública a ser realizada no dia 08 de abril de 2014 às 14:00 horas, na sala da Comissão Permanente de Licitação do Município de Batalha, com sede à Rua Padre Daniel Bezerra, nº 99, centro, Batalha/AL.
ALOÍSIO RODRIGUES DE MELO
Prefeito

Prefeitura de Boca da Mata

RESULTADO DO SORTEIO DOS MEMBROS DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA
PROCESSO Nº 1018-019/2013
A Prefeitura Municipal de Boca da Mata, Estado de Alagoas, através da Comissão de Licitações, torna público o resultado do sorteio dos profissionais que passarão a compor a subcomissão técnica do Município de Boca da Mata.
RELAÇÃO DOS PROFISSIONAIS COM VÍNCULO
MARGARETH CORTEZ DA COSTA
MURILO DE ARAUJO SILVA
RELAÇÃO DOS PROFISSIONAIS SEM
DANIEL ARAÚJO MACEDO

Bergson Araujo Leite
Presidente da CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 19

PROCESSO Nº **1018-019/2013**
INTRESSADO: **Secretaria Municipal de Administração**
ASSUNTO: **Contratação de agência de publicidade**

Despacho

Trata o presente processo de solicitação de contratação de 01 (uma) agência de publicidade e propaganda para prestação de serviços de publicidade, compreendendo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão de execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação referentes às atividades do Município de Boca da Mata.

Considerando que a realização do sorteio da subcomissão técnica ocorreu no dia 14 de fevereiro de 2014, sendo formada por 02 (duas) pessoas com vínculo com a Administração e 01 (uma) sem vínculo, estando assim de acordo com o estabelecido pela Lei nº 12.232/2010

Isto posto, remetemos os autos ao Gabinete do Prefeito para conhecimento do presente e demais providências quanto a continuidade da pretendida contratação.

CPL, em 20 de março de 2014.

Bergson Araújo Leite
Presidente

EM BRANC

ESTADO DE ALAGOAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA
Gabinete do Prefeito

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 20

PROCESSO Nº **1018-019/2013/2013**

INTRESSADO: **Secretaria Municipal de Administração**

ASSUNTO: **Solicita Contratação de Agência de Publicidade**

DESPACHO

AUTORIZO o prosseguimento do feito.

Encaminhem-se os autos à Secretaria Municipal de Administração para constar nos autos o *brienfing*, ato contínuo à Comissão Permanente de Licitação para demais providências.

Boca da Mata-AL, 21 de março de 2014.

GUSTAVO DANTAS FEIJÓ
Prefeito

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 21

PROCESSO Nº 1018-019/2013
INTERESSADO: SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

DESPACHO

Atendendo a solicitação contida no Despacho de folha anterior, seguem nos autos o *briefing* a ser utilizado para a contratação de agência de publicidade.

Sigam os autos à Comissão Permanente de Licitação para demais providências cabíveis.

Boca da Mata/AL, em 27 de Abril de 2014.

Fernando Augusto de Araujo Jorge
Secretário Mun. Administração

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 22

BRIEFING

CAMPANHA IPTU 2014

Histórico

O Imposto Predial e Territorial Urbano é previsto em lei e válido para todos os residentes na zona urbana do Município. O imposto tem um forte caráter social, pois o que é arrecadado é destinado à saúde e educação, conforme previsto na Constituição Federal, bem como em demais áreas, como na execução de obras e de serviços essenciais, a exemplo da limpeza pública e da coleta de lixo.

Em Boca da Mata, a arrecadação do IPTU necessita de uma alavancada, o que se pretende ser realizado no governo do Prefeito Gustavo Dantas Feijó, revertendo em benefícios para toda a população.

Além do investimento em saúde, educação, obras e serviços, a Prefeitura de Boca da Mata pretende estimular o pagamento do IPTU através de uma campanha de sorteios de prêmios, que inclui, entre diversos prêmios, um carro 0 KM. Portanto, além de contribuir com a melhoria da cidade, quem paga o imposto em dia ainda tem a chance de concorrer a prêmios significativos.

Outra vantagem estabelecida pela Prefeitura de Boca da Mata é a condição facilitada de pagamento. Quem decide pagar o imposto em cota única deverá ser beneficiado com descontos. Quem não opta pela cota única pode parcelar o pagamento e ainda continuar a concorrer a prêmios.

A Prefeitura Municipal realiza, anualmente, divulgação em televisão, rádio, impressos e internet, a fim de estimular o pagamento em dia do IPTU.

EM BRANCO

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 23

Produto

Pagamento do IPTU, sendo que na primeira fase da campanha, que vai até o dia 31 de março, deve ser estimulado o pagamento em cota única com desconto de 10%.

Oferta Principal:

O IPTU é revertido em benefícios para toda a população. Quem paga o imposto, investe na cidade.

O diferencial a ser explorado na campanha é o Sorteio de carro 0 km para quem pagar a cota única.

Benefício

O dinheiro do IPTU é investido em educação, saúde, limpeza pública, pavimentação de ruas, praças, iluminação e construção de obras.

Público-alvo

Toda a população, de todos os bairros, de todas as classes sociais.

Influenciadores:

O próprio Governo, a partir das campanhas publicitárias.

Formadores de opinião:

Vereadores, lideranças comunitárias, imprensa, cidadãos já beneficiados com sorteios de prêmios.

A comunicação deve ser dirigida a toda a população. O imposto é coletivo (e democrático).

Objetivos de marketing

O objetivo quantitativo é aumentar progressivamente a arrecadação, enquanto o objetivo qualitativo é fazer compreender que o pagamento do IPTU não deve ser visto como uma imposição da Lei (obrigação), mas como um dever social, um ato de cidadania, que se materializa em um

EM BRANCO

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
BOCA DA MATA
ALAGOAS
Fls. 24

investimento que o cidadão faz na sua própria. Portanto, é importante pagar o IPTU, pois de sua arrecadação depende o bem estar de todos.

Objetivos de comunicação

Informativo e educativo. Precisamos dizer ao contribuinte que, ao pagar o imposto em dia, além de investir na cidade, irá concorrer a um carro 0km.

Projeto

Deve-se criar impresso, spot de rádio, banner policromia, web banner, anúncio de jornal.

A campanha deverá ser veiculada nos meios rádio, internet e mídia exterior.

Tom da comunicação

Educativo, emocional.

Período

Criar campanha de 30 dias

Verba

100 mil reais (cem mil reais)

Palavras-chave

Governo Popular / Transparência, Seriedade / Cidadão de sorte / Investindo na Cidade / Educação, Saúde, Pavimentação de ruas, Limpeza, Iluminação, Obras.

Fernando Augusto de Araujo Jorge
Secretário Mun. Administração

EM BRANC

ESTADO DE ALAGOAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA
Gabinete do Prefeito

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 25

PORTARIA Nº 693/2013.

O PREFEITO DO MUNICÍPIO DE BOCA DA MATA, ESTADO DE ALAGOAS, no uso de suas atribuições legais, com fulcro no art. 44, inciso IV, da Lei Orgânica Municipal e,

Considerando o disposto no art. 51, da Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993, que dispõe sobre licitações e contratos da Administração Pública, que a Comissão Permanente ou Especial de Licitações será composta de, no mínimo, 03 (três) membros, sendo pelo menos 02 (dois) deles servidores qualificados pertencentes aos quadros permanentes dos órgãos da Administração responsável pela licitação;

Considerando, ainda, que a CPL possui a função de receber, examinar e julgar todos os documentos e procedimentos relativos ao cadastramento de licitantes e às licitações nas modalidades concorrência, tomada de preço e convite;

Considerando, mais, o grande número de procedimentos licitatório em andamento neste Município, o que vem acarretando, sobremaneira, carga de trabalho superior a possibilidade do Pregoeiro e atual equipe de apoio;

Considerando, ao fim, a necessidade de reforço no número de membros na Comissão Permanente de Licitações, visando, sobretudo, celeridade nas análises de documentos, o que ensejará, de certo, a conclusão das licitações dentro do cronograma de trabalho e metas deste Município.

RESOLVE:

Art. 1° - NOMEAR a servidora de provimento de cargo efetivo **Rosana Melo da Silva**, matrícula nº 0898, para compor a equipe de apoio da Comissão Permanente de Licitações do Município de Boca da Mata, Alagoas.

Art. 2º - Esta Portaria entrará em vigor na data de sua publicação.

Dê-se ciência. Publica-se. Registre-se e Cumpra-se.

Gabinete do Prefeito do Município de Boca da Mata, Estado de Alagoas, aos 02 dias do mês de setembro de 2013.

GUSTAVO DANTAS FEIJÓ
PREFEITO

Publicado, registrado e arquivado, pela Secretaria Municipal de Administração em 2 de setembro de 2013.

ELDER RODRIGUES PEREIRA
Secretário Municipal de Administração

EM BRANC

ESTADO DE ALAGOAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA
Gabinete do Prefeito

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Fls. 26

Portaria nº. 001/ 2013

DISPÕE SOBRE NOMEAÇÃO DE COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

O Prefeito do Municipio de Boca da Mata, Estado de Alagoas, no uso de suas atribuições legais,

RESOLVE:

Art. 1º. Nomear a Comissão Permanente de Licitações, a qual será responsável por todos os atos necessários ao processo licitatório, que a Lei 8.666/93 assim prever.

Art. 2º. Ficam designados os seguintes servidores para compor a Comissão Permanente de Licitações e, suas respectivas funções, quais sejam:

Bergson Araújo Leite (Assessor Especial II – CC4) – Presidente

Adna Antunes de Almeida (Matrícula nº 0813) – Membro

Antônio Eraldo Gomes da Silva (Matrícula nº 0901) – Membro

Art. 3º. Ficam designados como membros suplentes os servidores **Adna Antunes de Almeida (Matrícula nº 0813)** e **Antônio Eraldo Gomes da Silva (Matrícula nº 0901)**.

Art. 4º. A Comissão Permanente de Licitações atuará como Equipe de Apoio, sendo designado como Pregoeiro: **Bergson Araújo Leite (Assessor Especial II – CC4)**, nos termos da Lei nº 10.520/2002.

Art. 5º. Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação, revogando-se as disposições em contrário.

PUBLIQUE-SE.

Gabinete do Prefeito do Município de Boca da Mata/AL, em 02 de janeiro de 2013.

GUSTAVO DANTAS FEIJÓ
Prefeito

Publicado no Quadro de Avisos da Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL, em 02 de janeiro de 2013.

Ciente em 02/01/2013

Elder Rodrigues Pereira
Secretário Municipal de Administração

CIENTE EM 02/01/2013
BERGSON

RUA ROSALVO PINTO DÂMASO Nº 224, PRAÇA PADRE CÍCERO BOCA DA MATA – AL
CEP : 57680-000 TELEFONE : 3279-1309 / 3279-1487 E-MAIL : bocadamata@ig.com.br

Ciente em 02/01/13

EM BRANC

PROCESSO Nº **1018-019/2013**
INTRESSADO: **Secretaria Municipal de Administração**
ASSUNTO: **Contratação de agência de publicidade**

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 27

Termo de Abertura de Procedimento Licitatório

Por este Termo, AUTUA-SE o presente processo, da inicial aos documentos que a seguem, pelo que, certifica-se conter nos autos todos os elementos necessários ao pleno atendimento do disposto nos artigos 7º e 38 da Lei nº 8.666/1993.

Ato contínuo, abre-se o procedimento licitatório ***Concorrência nº 001/2014*** *(Art. 23, II, "c", da Lei 8.666/93), para* ***contratação de Agência de Publicidade para prestação de serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas com o fim específico de divulgar as ações da Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL****, que se regerá pela Lei Federal nº 8.666/93, Lei nº 12.232/2010, assim como pela legislação correlata.*

Isto posto, encaminhamos os autos à Procuradoria Jurídica para proceder ao exame e aprovação da minuta de edital anexa, nos termos do parágrafo único do art. 38, da Lei 8.666/93.

CPL, em 02 de abril de 2014.

Bergson Araújo Leite
Presidente

EM
EM

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 20

BOCA DA MATA
ALAGOAS
VALORIZANDO NOSSA GENTE

EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

OBJETO:

Contratação de Agência de Publicidade

SESSÃO PÚBLICA:

XX/XX/20XX
XX:XXhs

EM BRANC

BOCA DA MATA
ALAGOAS

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 29

Protocolo de Recebimento de Edital

Concorrência nº 001/2014

Processo nº 1018-019/2013

Razão Social: _____

Nome Fantasia: _____ CNPJ Nº: _____

Endereço: _____

Fone(s)/Fax: _____ E-mail: _____

Contato: _____ Celular(es) contato: _____

Recebemos, nesta data, cópia do edital da Concorrência acima identificada, bem como seus respectivos anexos.

Local e data: _____, _____ de _____ de _____.

_____

Assinatura

Obs: Preenchimento com "letra de forma"

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANCO

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 30

PROCESSO Nº 1018-019/2013

CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

O MUNICÍPIO DE BOCA DA MATA/AL, torna público para conhecimento dos interessados que na data, horário e local indicados fará realizar licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA**, do tipo TÉCNICA E PREÇO, conforme descrição contida neste Edital e seus Anexos. O procedimento licitatório obedecerá à Lei nº 12.232/2010, Lei nº 4.680/65 e Lei nº 8.666, de 1993, bem como à legislação correlata e demais exigências previstas neste Edital e seus Anexos.

Data de entrega e abertura dos envelopes: **XX de XXXXXXXX de 20XX**
Horário: **XX:XX (XXXX horas e XXXX minutos – horário local)**
Endereço: Endereço: Rua Ladislau Coimbra, nº 102, Centro (Referência: antiga casa da D. Ruth)

1. DO OBJETO

1.1. O objeto desta licitação é a contratação de Agência de Publicidade para prestação de serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas com o fim específico de divulgar as ações da Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL, conforme as condições e as especificações constantes no edital e em seus anexos.

1.1.1. Compreendem os serviços de publicidade 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.

1.1.2. Também integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

a) à produção e à execução técnica das peças e projetos criados;

b) ao planejamento e à execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento relacionados a determinada ação publicitária;

c) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias desenvolvidas.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANCO

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
BOCA DA MATA
ALAGOAS
VALORIZANDO NOSSA GENTE
Fls. 31

1.1.2.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 1.1.2, "b", terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

b) aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;

c) possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.1.3. Não se confundem com o objeto desta licitação, estando, vedada, portanto, a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios.

1.1.4. Para a prestação de serviços será contratada uma Agência de Propaganda, doravante denominada AGÊNCIA, que tenha suas atividades disciplinadas pela Lei 4.680/65 e que tenha obtido o certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4o da Lei 12.232/2010.

1.1.4.1. A Agência atuará de acordo com solicitação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA.

1.1.4.2. A Agência atuará por conta e ordem da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução das atividades complementares a que se refere o subitem 1.1.1., e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão das mensagens publicitárias.

1.1.4.3. A Agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto desta licitação.

2. CONDIÇÕES GERAIS

2.1. A participação nesta Concorrência implica para a licitante:

a) a aceitação plena e irrevogável das normas constantes do presente Edital e dos seus Anexos;

b) a confirmação de que recebeu da Comissão o invólucro no 1, bem como todos os documentos e informações necessárias à participação nesta licitação;

c) a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor;

d) a responsabilidade pela veracidade das informações e dos documentos que apresentar durante a licitação;

2.2. Não será admitida nesta licitação a participação de pessoas jurídicas:

2.2.1. Com falência, recuperação judicial, concordata ou insolvência, judicialmente decretadas,

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 32

ou em processo de recuperação extrajudicial;

2.2.2. Em dissolução ou em liquidação;

2.2.3. Que estejam suspensas de licitar e impedidas de contratar com a Administração, nos termos do artigo 87, inciso III, da Lei nº 8.666, de 1993;

2.2.4. Que estejam proibidas de contratar com a Administração Pública, em razão de sanção restritiva de direito decorrente de infração administrativa ambiental, nos termos do artigo 72, § 8º, inciso V, da Lei nº 9.605, de 1998;

2.2.5. Que tenham sido declaradas inidôneas para licitar ou contratar com a Administração Pública;

2.2.6. Que sejam controladoras, coligadas ou subsidiárias entre si;

2.2.7. Estrangeiras que não funcionem no País;

2.2.8. Quaisquer interessados que se enquadrem nas vedações previstas no artigo 9º da Lei nº 8.666, de 1993.

2.3. Será permitida a participação de cooperativas, desde que apresentem modelo de gestão operacional adequado ao objeto desta licitação, com compartilhamento ou rodízio das atividades de coordenação e supervisão da execução dos serviços e do exercício do cargo de preposto, e desde que os serviços contratados sejam executados obrigatoriamente pelos cooperados, vedando-se qualquer intermediação ou subcontratação.

2.4. O descumprimento de qualquer condição de participação acarretará a inabilitação do licitante.

2.5. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas e Documentos de Habilitação exigidos nesta Concorrência, independentemente da condução ou do resultado da licitação.

3. RETIRADA DO EDITAL E ESCLARECIMENTO DE DÚVIDAS

3.1. A retirada deste Edital deverá ser realizada na sede da Comissão Permanente de Licitação, no Município de Boca da Mata/Al, no endereço Rua Ladislau Coimbra, nº 102, Centro, das 09 hs às 13 hs, em dias úteis

3.2. Os pedidos de esclarecimentos não constituirão, necessariamente, motivo para que se alterem a data e o horário da Reunião de Licitação.

3.3. A solicitação de esclarecimento não deve utilizar termos que possam propiciar a identificação da proposta da licitante perante a Subcomissão Técnica, quando do julgamento da Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária – invólucro nº 1.

3.4. A PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA dará conhecimento das consultas e respectivas repostas, sem informar a identidade da licitante consulente, exclusivamente por meio da internet, através do e-mail cplbocadamata.al@hotmail.com.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
BOCA DA MATA
ALAGOAS
VALORIZANDO NOSSA GENTE
Fls. 33

3.5. Cabe à licitante interessada acessar o referido endereço para conhecer as consultas e as respectivas respostas.

3.6. As alterações do Edital que afetarem a formulação da proposta serão comunicadas aos interessados que o retiraram e divulgadas pela mesma forma que se deu com o texto original, reabrindo-se o prazo inicialmente estabelecido.

4. IMPUGNAÇÃO AO EDITAL

4.1. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Comissão, a licitante que não se manifestar até 02 (dois) dias anteriores à data de apresentação das Propostas e o cidadão/entidade que não se manifestar até 05 (cinco) dias anteriores à data de apresentação das propostas, apontando as falhas ou irregularidades que o viciaram.

4.2. Considera-se licitante, para efeito do subitem 4.1., a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma do subitem 3.1.

4.3. A impugnação deverá ser protocolada fisicamente de segunda a sexta-feira, das 8h00 às 14h00, na Sede da Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL, localizada no endereço **Rua Rosalvo Pinto Dâmaso nº 224, Praça Padre Cícero.**

4.4. A impugnação tempestiva não impede a licitante de participar da licitação, até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

4.5. A apresentação de impugnação após o prazo estipulado no subitem 4.1. ou sem o protocolo implica o seu recebimento como mera informação.

5. CREDENCIAMENTO DOS REPRESENTANTES

5.1. O licitante, ou o seu representante, deverá, no local, data e horário indicados no preâmbulo deste Edital, apresentar-se à Comissão Permanente de Licitação para efetuar seu credenciamento como participante desta Licitação, munido da sua carteira de identidade, ou de outro documento equivalente, e do documento que lhe dê poderes para manifestar-se durante os procedimentos relativos a este certame.

5.1.1. A não apresentação ou incorreção de quaisquer dos documentos de credenciamento não impedirá a participação do licitante no presente certame, porém impedirá o interessado de manifestar-se, de qualquer forma, durante a sessão, em nome do licitante.

5.2. Considera-se como representante do licitante qualquer pessoa habilitada, nos termos do estatuto ou contrato social, do instrumento público de procuração, ou particular com firma reconhecida, ou documento equivalente.

5.2.1. O estatuto, o contrato social ou o registro como empresário individual devem ostentar a competência do representante do licitante para representá-lo perante terceiros.

5.2.2. O instrumento de procuração público, ou particular com firma reconhecida, deve ostentar os necessários poderes para formulação de propostas e para a prática de todos os demais atos inerentes ao certame, devendo vir acompanhado dos documentos de constituição da empresa

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
BOCA DA MATA
ALAGOAS
VALORIZANDO NOSSA GENTE
Fls. 34

ou do registro como empresário individual.

5.3. Cada credenciado poderá representar apenas um licitante.

5.4. Os documentos poderão ser apresentados em original, em cópia autenticada por cartório competente ou para ser autenticada pela Comissão Permanente de Licitação no início da sessão, mediante a apresentação do respectivo original, ou ainda por meio de publicação em órgão da imprensa oficial.

6. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

6.1. A licitante deverá elaborar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

QUESITOS	SUBQUESITOS
I – Plano de Comunicação Publicitária	Raciocínio Básico Estratégia de Comunicação Publicitária Idéia Criativa Estratégia de Mídia e Não Mídia
II – Capacidade de Atendimento	
III – Repertório	
IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

6.1.1. A Proposta Técnica deverá ser redigida em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente – com clareza e sem emendas ou rasuras.

QUESITOS:

I – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

6.2. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser constituído por caderno específico composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no briefing – Anexo 6 e nas orientações deste Edital, observadas especialmente as seguintes previsões:

I – formatação realizada conforme subitens 6.2.5. a 6.2.9.;

II – elaboração em 2 (duas) vias, quais sejam:

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 35

a) Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

i. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite, por si só, a identificação de sua autoria antes da abertura do invólucro nº 2.

b) Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

ii. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em exemplar com o mesmo conteúdo da Via Não Identificada – sem os exemplos de peças e/ou materiais da Ideia Criativa a que se refere o subitem 6.2.3.2. – e conter a identificação da licitante, assim como data e assinatura na última página e rubrica nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.

SUBQUESITOS:

6.2.1. Raciocínio Básico é um subquesito que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no briefing.

6.2.2. Estratégia de Comunicação Publicitária é um subquesito que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante apresentará as linhas gerais de sua Proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos geral e específicos de comunicação relacionados a esse desafio expressos no briefing, compreendendo:

I. explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu Raciocínio Básico, devem fundamentar a Proposta de solução publicitária;

II. 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.

6.2.3. Ideia Criativa é um subquesito por meio do qual a licitante apresentará proposta de campanha publicitária para a execução da sua Proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária.

6.2.3.1. Todas as peças e/ou materiais que compõem a campanha deverão ser listados em uma relação na qual, a critério da licitante, poderão ser inseridos comentários circunscritos à especificação de cada peça e/ou material e à explicitação das funções táticas que deles se pode esperar.

6.2.3.1.1. A relação deverá indicar as peças e/ou material que foram corporificados nos termos do subitem 6.2.3.2.

6.2.3.2. Da relação de peças e/ou material, a licitante deverá escolher e apresentar como exemplos os exemplos que julgar mais indicadas para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, os quais deverão observar as seguintes orientações:

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 36

I. Ser apresentados sob a forma de:

a) roteiro, leiaute e/ou storyboard impressos, para qualquer meio;

b) protótipo ou "monstro" para peças destinadas a rádio e internet;

c) storyboard animado ou animatic, para TV e cinema.

II. Limitar-se, sob pena de desclassificação, a 10 (dez) exemplos, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou da característica da peça e/ou material, observadas as seguintes regras:

a) cada redução e/ou variação de formato será considerada uma peça;

b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;

c) peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablete, assim como painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, adesivagem de fingers) será considerada uma peça, se o entendimento da mensagem depender da leitura do conjunto sequencial e uma peça sozinha não transmitir a mensagem completa da comunicação;

d) um hotsite e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;

e) um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;

f) um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças.

6.2.3.2.1. Só serão aceitos exemplos de peças e/ou material não finalizados.

6.2.3.2.2. Para a produção dos exemplos de peças ou material não serão aceitas capturas de vídeo.

6.2.3.2.3. Na elaboração do animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução.

6.2.3.2.4. Cada exemplo de peça e/ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: "cartaz", "filme TV", "spot rádio", "anúncio revista", "monstro internet") formatada conforme previsão do subitem 6.2.5., VIII, destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e/ou materiais a que se refere o subitem 6.2.3.1.

6.2.3.2.5. Os storyboard animados, animatics, protótipos e monstros deverão ser apresentados em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, nos formatos universais, a exemplo de:

I. storyboards animados e animatics, para TV e cinema: avi, mov. wmv, mpeg, vob;

II. protótipos e monstros, para rádio: mp3, wma;

III. protótipos e monstros, para internet: pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 37
38

6.2.3.2.6. Os exemplos de peças e/ou material devem ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do invólucro no1, observado o disposto no subitem 8.2.2., II.

6.2.3.2.6.1. Peças que não se ajustem às dimensões do invólucro no 1 poderão ser dobradas.

6.2.3.2.6.2. 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 passe-partout.

6.2.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia é um subquesito que deverá ser desenvolvido por meio de textos, tabelas, gráficos e/ou planilhas nos quais deverá ser apresentada:

I. justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida pela licitante e em função da verba referencial indicada no briefing;

II. simulação do plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e/ou materiais constantes da relação prevista no subitem 6.2.3.1.

6.2.4.1. Da simulação do plano de distribuição deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

I – período de distribuição das peças e/ou material;

II – quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

III – valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

IV – valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;

V – quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não mídia;

VI – valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não mídia:

6.2.4.1.1. Para fins desta Concorrência, consideram-se Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e/ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.

6.2.4.2. A simulação do plano de distribuição deverá observar ainda as seguintes condições:

I – os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação;

II – deve ser desconsiderado o repasse da parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da lei 4.680/65;

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 38

III – devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

FORMATAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

6.2.5. O caderno específico que compõe o Plano de Comunicação Publicitária deverá observar a seguinte formatação:

I – caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda;

II – capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², ambas em branco.

III – conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato;

IV – espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;

V – títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

VI – espaçamento "simples" entre linhas e, opcionalmente, "duplo" após título e entretítulos e entre parágrafos;

VII – alinhamento justificado do texto;

VIII – texto de páginas em fonte "arial", cor "preto automático", tamanho "12 pontos";

IX – numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos.

6.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças e/ou materiais prevista no subitem 6.2.3.1. estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas nesse limite a capa e a contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquesitos.

6.2.6.1. Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.

6.2.7. Os exemplos de peças e/ou materiais integrantes do subquesito Ideia Criativa deverão ser apresentados:

I. separadamente (soltas) do caderno de que trata o subitem 6.2.5.;

II. adequados às dimensões do invólucro no 1, cabendo à licitante observar o disposto no subitem 8.2.2, II;

6.2.8. As tabelas e os gráficos integrantes dos subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão:

I – ser editados em cores;

II – ter seu conteúdo editado com a fonte "arial", tamanho "10 pontos";

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

III – ser apresentados em papel A3 dobrado, que será considerado 02 (duas) páginas para efeito do subitem 6.2.6.

6.2.9. As tabelas, os gráficos e as planilhas integrantes do subquesitos Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

I – ser editados em cores;

II – ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos, não sendo exigida formatação de margem específica;

III – ser apresentados em papel A3 dobrado.

II – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

6.3. A Capacidade de Atendimento da licitante deverá ser constituída por caderno específico composto de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e/ou outros recursos por meios dos quais a licitante discriminará:

I – a relação nominal dos seus principais clientes na data da apresentação das Propostas, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

II – a quantificação e a qualificação dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

a) a qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais.

b) os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA.

III – as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato.

IV – a sistemática de atendimento e os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração do plano de mídia;

V – as informações de marketing e comunicação, as pesquisas de audiência e a auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

6.3.1. Os documentos e as informações que compõem o caderno específico mencionado no subitem 6.3. deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4 ou A3 dobrado, com ou sem o uso de cores, 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.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
BOCA DA MATA
ALAGOAS
Fls. 40

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

III – REPERTÓRIO

6.4 O Repertório será constituído de peças e/ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante, agrupados em caderno específico.

6.4.1. No caderno específico do Repertório deverão ser apresentadas 10 (dez) peças e/ou materiais, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado o seguinte:

I – as peças e/ou materiais devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1o de janeiro de 2007;

II – as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas);

III – as peças gráfica poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas);

a) Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.

IV – as peças e/ou materiais não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA seja ou tenha sido signatária;

V – formatação na orientação retrato, em fonte "arial", tamanho "12 pontos", com ou sem o uso de cores, 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;

VI – edição em papel A4 ou A3, preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação das dimensões originais das peças neles contidas.

6.4.1.1. Para cada peça e/ou material previsto no subitem 6.4.1., deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, além de 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.

6.4.1.2. A apresentação de peças e/ou material em número inferior ao exigido no subitem 6.4.1. implica, para esse quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.

6.4.1.2.1. A proporcionalidade a que se refere o subitem 6.4.1.2 será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 9.3., III.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 41

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

IV – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

6.5. A licitante deverá apresentar, em caderno específico, 2 (dois) 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.

6.5.1. As propostas de que trata o subitem 6.5. devem ter recebido autorização para sua produção ou ter sido veiculadas a partir de 1o de janeiro de 2007.

6.5.2. A apresentação de apenas 1(um) relato no caderno específico implica, para esse quesito, pontuação máxima equivalente à metade da pontuação máxima prevista no subitem 9.3., IV.

6.5.3. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA seja ou tenha sido signatária.

6.5.3.1. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, mediante a rubrica do autor do referendo em todas as suas páginas.

6.5.3.2. Na última página do relato, deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário, acompanhada do seu nome e cargo ou função.

6.5.4. Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e/ou material – não computados no limite de páginas a que se refere o subitem 6.5. – independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

I – as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas);

II – as peças gráficas poderão integrar o caderno específico mencionado no subitem 6.5., ou ser apresentadas separadamente (soltas), preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais:

a) se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.

III – para cada peça e/ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com os dados técnicos de produção e/ou veiculação.

6.5.5. Os documentos e as informações que compõem o caderno específico mencionado no subitem 6.5. deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4, com ou sem o uso de cores, 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 seu atos constitutivos.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
BOCA DA MATA
ALAGOAS
ORIZANDO NOSSA GENTE
Fls. 42

6.5.5.1. Qualquer página com os documentos e as informações do caderno específico poderá ser editada em papel A3 dobrado, caso em que, para fins do limite previsto no subitem 6.5., o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

7. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

7.1. A Proposta de Preço deverá ser elaborada conforme modelo constante do Anexo 3, informando o percentual de honorário incidente sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material, assim como à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, e o desconto a ser concedido nos custos internos, calculados sobre a Tabela Referencial da ABAP – Associação Brasileira de Agências de Publicidade, nos termos do art. 11 da Lei 4.680/65, observando-se ainda que:

I - não será aceito percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) e nem abaixo de 10% (dez por cento) sobre serviços externos de produção;

II – não será aceito desconto superior a 30% (trinta por cento) sobre a Tabela Referencial da ABAP.

III – não serão aceitos honorários com desconto superior a 20% (vinte por cento) e inferior a 10% (dez por cento) sobre o custo dos serviços de criação e de desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, quando realizados externamente e intermediados pela Agência.

IV – Os honorários incidentes sobre serviços de pesquisas de pré-testes e pós-testes sobre campanhas e peças publicitárias desenvolvidas pela agência acompanharão a disposição do item 7.1., I acima.

V – se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será validado o percentual por extenso;

VI – o percentual proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração sob alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto;

VII – o percentual proposto deverá contemplar todos os custos e despesas, diretos e indiretos, necessários à plena execução dos serviços objeto desta licitação, tais como despesas com pessoal, administração e encargos (obrigações sociais, impostos, taxas etc.);

VIII – os honorários propostos deverão observar o item 15;

IX– A Proposta de Preço deverá ter declaração da licitante:

a) comprometendo-se a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA as vantagens obtidas;

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 43

b) informando estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Cláusula Nona do Anexo 5 – Minuta de Contrato.

7.2. A Proposta de Preço poderá adotar o modelo sugerido (Anexo 3) e deverá ser:

i. datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos;

ii. firme e precisa, sem propostas alternativas ou condicionadas que induzam o julgamento a ter mais de um resultado.

7.2.1. Serão analisadas apenas as Propostas de Preço das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas.

7.2.2. A classificação das Propostas de Preço observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, sendo considerada a de menor preço aquela que receber melhor pontuação, referente à concessão de percentual de honorários sobre produção externa e de percentual de descontos sobre a Tabela Referencial da ABAP.

7.2.3. O prazo de validade da Proposta de Preço deverá ser de, no mínimo, 60 (sessenta) dias, a contar da data de abertura da Reunião de Licitação, indicada na epígrafe deste Edital.

8. DISPOSIÇÕES GERAIS

8.1 A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão acondicionada em três invólucros distintos, conforme subitens 8.2., 8.3. e 8.4., e a Proposta de Preço, no invólucro no 4, conforme subitem 8.5., na data, hora e local indicados no tópico "Reunião de Licitação" do preâmbulo deste Edital.

8.1.1 O invólucro no 1 será padronizado e fornecido pela PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA mediante solicitação formal da licitante à Comissão pelo e-mail cplbocadamata.al@hotmail.com ou de segunda a sexta-feira, das 8:30 hs às 14:00hs, no endereço Rua Ladislau Coimbra, nº 102, Centro.

8.1.1.1. O invólucro no 1 deverá ser retirado por portador da empresa que dará recibo, no qual constarão os seguintes dados da empresa: nome empresarial, CNPJ, endereço, telefone e e-mail.

8.1.2. Os invólucros no 2, no 3 e no 4, serão providenciados pela licitante e deverão ser adequados às características de seu conteúdo, desde que invioláveis quanto às informações de que tratam até sua abertura.

INVÓLUCRO Nº 1

8.2. No invólucro nº 1, invólucro padronizado fornecido pela PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA, deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que trata o subitem 6.2, caput e inciso II, "a".

8.2.1. O invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Fls. 44

8.2.2. Para preservar, até a abertura do invólucro nº 2, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o invólucro nº 1 não poderá:

I. Apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite a identificação da licitante antes da abertura do invólucro nº 2;

II. Estar danificado ou deformado pelas peças, materiais e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

INVÓLUCRO Nº 2

8.3. No invólucro nº 2, deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 6.2., caput e inciso II, "b". 8.3.1. O invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

PROPOSTA TÉCNICA – INVÓLUCRO Nº. 2
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA
PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA
CONCORRÊNCIA Nº 001/2014
EMPRESA: (indicar o nome empresarial da licitante)
CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

INVÓLUCRO Nº 3

8.4. No invólucro nº 3, deverão estar acondicionados os cadernos específicos, documentos e informações referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 6.3. a 6.5. 8.4.1. O invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

PROPOSTA TÉCNICA – INVÓLUCRO Nº 3
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA
CONCORRÊNCIA Nº 001/2014
EMPRESA (indicar o nome empresarial da licitante)
CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

8.4.1. O invólucro nº 3, assim como os cadernos específicos, documentos e informações que o compõem, não poderá ter informação, marca, sinal etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro nº 2.

INVÓLUCRO Nº 4

8.5. O invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

PROPOSTA DE PREÇO – INVÓLUCRO Nº 4
PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA
CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 45

EMPRESA (indicar o nome empresarial da licitante)
CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

9. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

9.1. O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de TÉCNICA E PREÇO, nos termos do art. 5º da Lei 12.232/2010 e dos arts. 45, parágrafo 1º, III e 46, parágrafo 2º, incisos I e II da Lei 8.666/93, sendo estabelecido o peso 0,80 para a Proposta Técnica e o peso 0,20 para a Proposta de Preço.

9.2. O julgamento das Propostas Técnicas será realizado pela Subcomissão Técnica, prevista no item 11, que julgará conforme os seguintes atributos dos quesitos e subquesitos desenvolvidos pela licitante:

I – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

a)Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão sobre:

– as informações apresentadas no Briefing

– o desafio de comunicação

– as necessidades de comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA para enfrentar o desafio de comunicação.

b)Estratégia de Comunicação Publicitária

i. Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da PREFEITURA e ao desafio de comunicação;

ii. Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;

iii. Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA com seus públicos;

iv. Adequação e exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação;

v. Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;

vi. Capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seu público, os objetivos geral e específicos de comunicação e a verba disponível.

c)Ideia Criativa

i. Adequação ao desafio de comunicação;

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 246

ii. Adequação à Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida pela licitante;

iii. Adequação ao universo cultural do público-alvo;

iv. Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

v. Originalidade da combinação dos elementos que a constituem;

vi. Simplicidade da forma sob a qual se apresenta;

vii. Pertinência às atividades de comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico;

viii. Desdobramentos comunicativos que enseja conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados;

ix. Exequibilidade das peças e/ou materiais;

x. Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou nos materiais aos meios e aos públicos propostos.

d)Estratégia de Mídia e Não Mídia

i. Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público-alvo;

ii. Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;

iii. Consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou dos materiais em relação aos dois subitens anteriores (9.2, I, d, "i" e "ii");

iv. Pertinência e oportunidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA;

v. Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou materiais;

vi. Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

II – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

a) Porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;

b) Experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;

c) Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA;

d) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

e) Operacionalidade do relacionamento entre a PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA e a licitante, esquematizado na proposta;

f) Relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

III – REPERTÓRIO

a) Ideia Criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs resolver;

b) Qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material;

c) Clareza da exposição das informações prestadas.

IV – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

a) Evidência de planejamento publicitário;

b) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;

c) Relevância dos resultados apresentados;

d) Concatenação lógica da exposição.

9.3. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada considerando as seguintes pontuações máximas de cada quesito e subquesito:

I – Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)

a) Raciocínio Básico: 5 (cinco)

b) Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)

c) Ideia criativa: 25 (vinte e cinco)

d)Estratégia de Mídia e Não Mídia – 15 (quinze)

II – Capacidade de Atendimento: 15 (quinze)

III – Repertório: 10 (dez)

IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 10 (dez)

9.3.1. Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e subquesitos, de acordo com a pontuação máxima prevista no item 9.3., obedecidos intervalos de 0,5 (meio) ponto.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
BOCA DA MATA
Fls. 48

9.3.2. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos a ele ou a seus subquesitos pelos membros da Subcomissão Técnica.

9.3.3. 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, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

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

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

9.4. Será desclassificada a licitante que:

I – não observar as determinações e as exigências deste Edital;

II – obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos de sua Proposta Técnica;

III – não alcançar, no julgamento de sua Proposta Técnica, a nota mínima de 80 (oitenta) pontos;

IV – tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas.

9.5. Será considerada mais bem classificada, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior nota, observadas as condições mínimas indicadas no subitem 9.4., II e III.

9.6. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das licitantes mais bem classificadas nesta fase, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos subquesitos Ideia Criativa, Estratégia de Comunicação Publicitária, Estratégia de Mídia e Não Mídia e nos quesitos Capacidade de Atendimento, Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e Repertório. 9.6.1. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 12.9., ou em ato público marcado pela Comissão, para o qual serão convidadas todas as licitantes.

9.7. Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas Técnicas a licitante mais bem classificada na Proposta Técnica.

JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

9.8. Na sessão pública designada pela Comissão de Licitações serão abertos os Invólucros nº 4 – Proposta Comercial que serão rubricados pela Comissão de Licitação e pelas agências presentes.

9.8.1. Uma vez classificadas as Propostas Comerciais, será composto o preço de referência através da fixação dos menores custos de todas as propostas das licitantes classificadas tecnicamente, ou

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
BOCA DA MATA
Fls. 46
38

seja, a referência deverá representar a maior vantagem ofertada, extraindo-se de todas as classificadas os itens de melhor preço (menores honorários e maiores descontos, nos limites estabelecidos por este edital) de forma que seja auferida a maior vantagem econômica aos cofres públicos.

9.8.2. Feita a classificação das Propostas Comerciais, serão avaliadas e valoradas as propostas segundo os critérios abaixo:

a) Desconto sobre honorários de produção externa, fixados nos limites estabelecidos no quesito 7., I:	
- maior desconto:	20 pontos
- segundo maior desconto:	15 pontos
- terceiro maior desconto:	12 pontos
- quarto maior desconto:	10 pontos
- demais descontos:	5 pontos
b) Desconto sobre a Tabela de Custos da ABAP, fixados nos limites estabelecidos no quesito 7, II:	
- maior desconto:	20 pontos
- segundo maior desconto:	15 pontos
- terceiro maior desconto:	12 pontos
- quarto maior desconto:	10 pontos
- demais descontos:	5 pontos
c) Desconto sobre honorários incidentes sobre custos dos serviços de criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, quando realizados externamente e intermediados pela Agência:	
- maior desconto:	20 pontos
- segundo maior desconto:	15 pontos
- terceiro maior desconto:	12 pontos

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 50

- quarto maior desconto:	10 pontos
- demais descontos:	5 pontos

9.8.3. Será considerada a melhor proposta comercial aquela que atingir a maior pontuação através da fórmula abaixo:

NFPC = Nota Final da Proposta Comercial

D1 – Desconto concedido sobre honorários de produção externa

D2 – Desconto sobre a Tabela de Custos

$$NFPC = \frac{D1 + D2}{2}$$

JULGAMENTO DA MELHOR PROPOSTA, APLICANDO-SE A MÉDIA PONDERADA ENTRE A MELHOR PROPOSTA TÉCNICA E A MELHOR PROPOSTA DE PREÇOS

9.9. A Pontuação Final será obtida através da fórmula abaixo, conforme previsto no art. 46, parágrafo 2º, incisos I e II, da Lei 8.666/93:

PF = (NFPT X 0,80) + (NFPC X 0,20)

PF = Pontuação Final

NFPT = Pontuação Final relativa à Proposta Técnica

NFPC = Pontuação Final relativa à Proposta Comercial

9.9.1 Havendo empate, o desempate se dará através da atribuição da maior nota aos quesitos da proposta técnica, na seguinte ordem:

a) Estratégia de Comunicação Publicitária;

b) Ideia Criativa;

c) Raciocínio Básico e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

9.9.2. Após a utilização do critério de desempate disposto no item 9.9.1., persistindo o empate, a decisão se fará através de sorteio.

9.9.3. Não se considerará nenhuma oferta ou vantagem não prevista no Edital, nem percentual de desconto ou vantagem, baseado em ofertas de outras licitantes.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 51

9.9.4. Não se admitirá proposta que apresente percentual de descontos simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços de mercado.

9.9.5. Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas a licitante mais bem classificada no julgamento final, com a aplicação da média ponderada, entre as Propostas Técnicas e de Preços, observado o disposto no subitem quesito 9.9.

10. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

10.1. As licitantes cujas Propostas Técnica e de Preço tenham sido classificadas deverão entregar os Documentos de Habilitação no dia, hora e local estipulados pela Comissão.

10.1.1. A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 12.12.

10.2. Os Documentos de Habilitação deverão estar acondicionados no invólucro no 5, que deverá ser apresentado fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO – INVÓLUCRO Nº 5
PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA
CONCORRÊNCIA Nº 001/2014
EMPRESA: (indicar o nome empresarial da licitante)
CNPJ: (indicar o CNPJ da licitante)

10.2.1. O invólucro nº 5 será providenciado pela licitante e deverá ser adequado às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

10.3. Para a habilitação, o licitante deverá apresentar os documentos a seguir relacionados:

10.3.1. Os documentos poderão ser apresentados em original, em cópia autenticada por cartório competente ou para ser autenticada pela Comissão Permanente de Licitação na própria sessão, conforme forem sendo abertos os envelopes de habilitação, mediante a apresentação do respectivo original, ou ainda por meio de publicação em órgão da imprensa oficial.

10.3.2. Relativos à Habilitação Jurídica:

a. **No caso de empresário individual**: inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede, acompanhado de todas as eventuais alterações;

a.1. Os documentos acima deverão estar acompanhados do documento de identificação do titular da empresa;

b. **No caso de sociedade empresária ou empresa individual de responsabilidade limitada - EIRELI**: ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado na Junta Comercial da respectiva sede, acompanhados de todas as eventuais alterações ou da consolidação respectiva;

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 52

b.1. Os documentos acima deverão estar acompanhados do(s) documento(s) de identificação de seu(s) administrador(es);

c. **No caso de sociedade simples**: inscrição do ato constitutivo no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede, acompanhada de prova da indicação do(s) seu(s) administrador(es);

d. **No caso de cooperativa**: ata de fundação e estatuto social em vigor, com a ata da assembleia que o aprovou, devidamente arquivado na Junta Comercial ou inscrito no Registro Civil das Pessoas Jurídicas da respectiva sede, bem como o registro de que trata o art. 107 da Lei nº 5.764, de 1971;

e. **No caso de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País**: decreto de autorização;

f. Quando os documentos acima, cabíveis conforme a natureza do licitante, já tenham sido todos devidamente apresentados e juntados no credenciamento, não se fará necessária nova apresentação;

10.3.3. Relativa à Qualificação Econômico-Financeira:

a. Certidão negativa de falência ou recuperação judicial, ou liquidação judicial, ou de execução patrimonial, conforme o caso, expedida pelo distribuidor da sede do licitante, ou de seu domicílio, dentro do prazo de validade previsto na própria certidão, ou, na omissão desta, expedida a menos de 60 (sessenta) dias contados da data da sua apresentação;

b. Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, inclusive com os termos de abertura e encerramento, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de 3 (três) meses da data de apresentação da proposta;

b.1. O balanço patrimonial deverá estar assinado por contador ou por outro profissional equivalente, devidamente registrado no Conselho Regional de Contabilidade;

b.2. As empresas constituídas no exercício em curso deverão apresentar cópia do balanço de abertura ou cópia do livro diário contendo o balanço de abertura;

b.3. Caso o licitante seja cooperativa, tais documentos deverão ser acompanhados da última auditoria contábil-financeira, conforme dispõe o artigo 112 da Lei nº 5.764, de 1971, ou de uma declaração, sob as penas da lei, de que tal auditoria não foi exigida pelo órgão fiscalizador;

b.4. A boa situação financeira do licitante será avaliada pelos Índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), iguais ou maiores que 1 (um), resultantes da

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

aplicação das fórmulas abaixo, com os valores extraídos de seu balanço patrimonial e apresentados através de demonstrativo de cálculo dos referidos índices, assinado por contador ou por outro profissional equivalente, devidamente registrado no Conselho Regional de Contabilidade:

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

$$SG = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante + Passivo Não Circulante}}$$

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

b.5. O licitante que apresentar índices econômicos inferiores a 1 (um) em qualquer dos índices de Liquidez Geral, Solvência Geral e Liquidez Corrente deverá comprovar que possui capital social mínimo equivalente a 10% (dez por cento) do valor total estimado da contratação ou do item pertinente, através de certidão expedida pela Junta Comercial da respectiva sede.

10.3.4. Relativos à Regularidade Fiscal e Trabalhista:

a. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica;

b. Prova de inscrição no cadastro de contribuintes municipal, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

c. Prova de regularidade com a Fazenda Federal, mediante certidão conjunta negativa de débitos, ou positiva com efeitos de negativa, relativos aos tributos federais e à Dívida Ativa da União;

d. Prova de regularidade para com a Fazenda Estadual, do domicílio ou sede do licitante;

e. Prova de regularidade para com a Fazenda Municipal, do domicílio ou sede do licitante;

f. Prova de regularidade relativa à Seguridade Social, mediante certidão negativa de débitos, ou positiva com efeitos de negativa, relativos às contribuições previdenciárias e às de terceiros;

g. Prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS), mediante Certificado de Regularidade do FGTS;

h. Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), ou certidão positiva com efeitos de negativa.

11.2.1.1. Sob pena de inabilitação, as certidões relativas à regularidade fiscal deverão ter sido

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
BOCA DA MATA
Fls: 59

expedidas a menos de 60 (sessenta) dias contados da data da sua apresentação, quando estas não tiver prazo de validade estabelecido pelo órgão competente expedidor;

11.2.1.2. O licitante microempresa ou empresa de pequeno porte, ou cooperativa enquadrada no artigo 34 da Lei nº 11.488, de 2007, deverá apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação de regularidade fiscal, mesmo que esta apresente alguma restrição, sob pena de ser inabilitado.

10.3.5. Relativos à Qualificação Técnica:

a. certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei 12.232/2010, art. 4º e seu parágrafo primeiro, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP);

b. declaração(ões) expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante presta (ou) à(s) declarante(s) serviço de publicidade cujas atividades sejam, pelo menos, similares às do objeto deste Edital, conforme Anexo 4;

10.3.6. A licitante também deverá incluir no invólucro nº 5 declaração elaborada conforme modelo do Anexo 2, afirmando:

I – conhecimento do instrumento convocatório;

II – atendimento ao art. 27, inciso V, da Lei 8.666/93;

III – inexistência de impedimento para a participação;

10.4. Não serão aceitos "protocolos de entrega" ou "solicitação de documentos" expedidos por quaisquer órgãos, em substituição aos documentos exigidos neste Edital.

10.5. A verificação pela Comissão nos sites oficiais das entidades emissoras de certidões constitui meio legal de prova.

10.6. Serão consideradas habilitadas as licitantes classificadas que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital.

11. SUBCOMISSÃO TÉCNICA

11.1. Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão, na forma do art. 10 da Lei 12.232/10, com exceção da análise e do julgamento das Propostas Técnicas.

11.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 3 (três) membros formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

11.2.1. Dois dos membros da Subcomissão Técnica não terão vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA.

11.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica ocorrerá por sorteio, em sessão pública, dentre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 9 (nove) integrantes, previamente cadastrados pela PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 55

11.3.1. A relação de nomes será publicada no Diário Oficial do Estado de Alagoas, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

11.3.2. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação de nomes, mediante apresentação de justificativa à Comissão.

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

11.3.2.2. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item 11.

11.3.2.3. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 11.3.

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

11.3.3. A sessão pública para o sorteio será realizada em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 11.3.1. e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

11.3.4. O sorteio, processado pela Comissão, será realizado em duas etapas:

I – 1 (um) membro que não tenha vínculo com a PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA;

II – 2 (dois) membros que tenham vínculo com a PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA.

11.3.5. Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica, quando solicitado pela Comissão, manifestar-se sobre eventuais recursos de licitantes relativos ao julgamento das Propostas Técnicas.

12. REUNIÃO DE LICITAÇÃO

12.1. A reunião de licitação será realizada em 4 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação.

12.1.1. Todos os fatos relevantes, pertinentes ao objeto da licitação, ocorridos durante a Reunião de Licitação, serão registrados em ata circunstanciada.

12.2. A participação de representante de qualquer licitante ocorrerá mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 5.2.

12.3. Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns dentre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas Técnicas, de Preço e os Documentos de Habilitação nas respectivas sessões públicas.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
BOCA DA MATA
Fls. 58

12.4. Aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes poderão ser relevados pela Comissão, se constantes dos documentos submetidos à análise e ao julgamento da Subcomissão Técnica, por esta Subcomissão, desde que não firam o entendimento da proposta e o ato não acarrete violação dos princípios básicos da licitação.

12.5. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preço.

12.6. A Comissão poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

12.7. Se os invólucros lacrados das licitantes desclassificadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados da homologação desta Concorrência, prazo após o qual serão destruídos.

PRIMEIRA SESSÃO

12.8. A abertura da sessão pública de licitação será realizada no dia, hora e local previstos no preâmbulo deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

I – identificação dos representantes das licitantes, por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.2.;

II – apresentação à Comissão dos invólucros nº 1, 2, 3 e 4.

III – exame da conformidade dos invólucros com as disposições deste Edital;

IV – rubrica no fecho dos invólucros nº 2 e 4 e subsequente acondicionamento desses invólucros em receptáculo específico com rubrica no seu respectivo fecho pela Comissão e pelos representantes das licitantes;

V – abertura dos invólucros nº 1 e 3, exame e rubrica de seus respectivos conteúdos pela Comissão e pelos representantes das licitantes presentes.

12.8.1. Após o encerramento do prazo para recebimento dos invólucros, o qual será declarado pela Comissão na sessão pública, nenhum outro invólucro, documento ou embalagem será recebido.

12.8.2. O invólucro nº 1, com a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão se:

I – não apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite sua identificação ou a identificação da licitante antes da abertura do invólucro nº 2;

II – não estiver danificado ou deformado pelas peças, materiais e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

12.8.2.1. O não recebimento do invólucro nº 1 implica o não recebimento dos demais invólucros da licitante e seu consequente impedimento de participar da Concorrência.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
BOCA DA MATA
Fls. 57

12.8.3. A Comissão, antes da abertura dos invólucros nº 1, adotará medidas para evitar que seus membros e/ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

12.8.4. A Comissão não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros nº 1 nem nos documentos que compõem a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

12.8.5. Se, ao examinar e/ou rubricar os conteúdos dos invólucros nº 1 e 3, for constatada ocorrência que possibilite inequivocamente a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

12.8.6. Os invólucros nº 2 e 4 permanecerão fechados sob a guarda e a responsabilidade da Comissão.

12.8.7. Abertos os invólucros nº 1 e 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, salvo por motivo justo, decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão.

12.8.8. A análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos invólucros nº 1 e 3 observarão os seguintes procedimentos:

I – encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos invólucros nº 1, com as Vias Não Identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;

II – análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das Vias Não Identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;

III – elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilhas com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso;

IV – encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos invólucros nº 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

V – análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

VI – elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso.

12.8.9. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com fundamento no subitem 9.4., I, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 58

12.8.9.1. O disposto no subitem 12.8.9. não se aplica aos casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura dos invólucros nº 2.

12.8.10. As planilhas previstas nos incisos III e VI do subitem 12.8.8. conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária apresentado pelas licitantes e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

SEGUNDA SESSÃO

12.9. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (invólucros nº 1 e 3), as respectivas planilhas de julgamento e os demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão convocará as licitantes para participar da segunda sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

I – identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença;

II – abertura do receptáculo contendo os invólucros nº 2 e 4;

III – abertura e rubrica do conteúdo dos invólucros nº 2 e rubrica no fecho do invólucro nº 4;

IV – cotejo das Vias Não Identificadas (invólucro nº 1) com as Vias Identificadas (invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;

V – elaboração da planilha geral com o somatório das pontuações atribuídas ao Plano de Comunicação Publicitária e, separadamente, aos demais quesitos de cada Proposta Técnica;

VI – proclamação do resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;

VII – adoção dos procedimentos previstos no subitem 9.6., em caso de empate, após a decisão final, inclusive das Propostas de Preço;

VIII – informação de que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será divulgado na forma da lei, com indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação.

TERCEIRA SESSÃO

12.10. A Comissão convocará as licitantes classificadas para participar da terceira sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

I – identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença;

II – abertura dos invólucros nº 4, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e representantes das licitantes presentes;

III – julgamento das Propostas de Preço com a identificação das propostas de menores preços e divulgação do resultado aos representantes das licitantes presentes;

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 59

IV – declaração das vencedoras do julgamento final das Propostas, quais sejam, as 5 (cinco) licitantes mais bem classificadas na média ponderada, de acordo com os respectivos pesos, na Proposta Técnica e na Proposta de Preços;

V – informação de que o resultado do julgamento final das Propostas será divulgado na forma da lei, com indicação da ordem de classificação.

QUARTA SESSÃO

12.11. A Comissão convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas para participar da quarta sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

I – identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença;

II – recebimento e abertura dos invólucros nº 5, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e pelos representantes das licitantes presentes;

III – informação de que o resultado dá habilitação será divulgado na forma da lei, com indicação dos proponentes habilitados e dos inabilitados;

12.12. Na hipótese de todas as Propostas de Preço serem desclassificadas ou de todas as licitantes serem inabilitadas, a Comissão poderá fixar as licitantes o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de novos documentos ou de outras propostas escoimadas das causas que tenham determinado, respectivamente, a desclassificação ou a inabilitação.

12.12.1. A nova documentação deve ser apresentada na forma prevista neste Edital, e entregue em sessão pública.

12.13. Decididos os recursos e constatada a regularidade dos atos praticados, a autoridade competente, observado o subitem 1.3.1., homologará e adjudicará seu objeto à licitante vencedora.

13. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

13.1. Dos atos da Administração, praticados no curso desta licitação, serão admitidos os seguintes recursos:

13.1.1. Recurso hierárquico, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar da intimação do ato, ou da lavratura da ata de reunião, nos casos de:

13.1.1.1. habilitação ou inabilitação da licitante;

13.1.1.2. julgamento das propostas;

13.1.1.3. anulação ou revogação da licitação;

13.1.1.4. indeferimento do pedido de inscrição em registro cadastral, sua alteração ou cancelamento;

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Fls. 60

13.1.1.5. rescisão do Contrato por ato unilateral da Administração, nos casos a que se refere o inciso I do artigo 79 da Lei nº 8.666, de 1993;

13.1.1.6. aplicação das penas de advertência, suspensão temporária ou de multa.

13.1.2. Representação, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar da intimação da decisão relacionada com o objeto da licitação ou do Contrato, de que não caiba recurso hierárquico.

13.1.3. Pedido de reconsideração, no prazo de 10 (dez) dias úteis, a contar da intimação do ato, no caso de declaração de inidoneidade.

13.2. Interposto o recurso, tal ato será comunicado aos demais licitantes, que poderão apresentar contrarrazões no prazo de 05 (cinco) dias úteis.

13.3. O recurso será dirigido à autoridade superior, por intermédio da que praticou o ato recorrido, a qual pode reconsiderar sua decisão, ou fazê-lo subir, devidamente informado.

14. DAS INFRAÇÕES E DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

14.1. O atraso injustificado na execução do contrato sujeitará a Contratada, após regular processo administrativo, à penalidade de:

a. Multa moratória de até 0,33% (zero vírgula trinta e três por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da contratação, até o limite de 30 (trinta) dias;

14.1.1. A aplicação da multa moratória não impede que a Administração rescinda unilateralmente o Contrato e aplique as outras sanções cabíveis.

14.2. A inexecução total ou parcial do contrato, ou o descumprimento de qualquer dos deveres elencados no Edital e no contrato, sujeitará a Contratada, garantida a prévia defesa, sem prejuízo da responsabilidade civil e criminal, às penalidades de:

a. Advertência por faltas leves, assim entendidas como aquelas que não acarretarem prejuízos significativos ao objeto da contratação;

b. Multa compensatória de até 10% (dez por cento) sobre o valor total da contratação;

c. Suspensão de licitar e impedimento de contratar com o Município de Boca da Mata/AL, pelo prazo de até dois anos;

d. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a Contratada ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da penalidade de suspensão do subitem anterior.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 61

14.2.1. A recusa injustificada da Adjudicatária em assinar o Contrato, após devidamente convocada, dentro do prazo estabelecido pela Administração, equivale à inexecução total do contrato, sujeitando-a às penalidades acima estabelecidas.

14.2.2. A aplicação de qualquer penalidade não exclui a aplicação da multa.

14.3. Também ficam sujeitas às penalidades de suspensão de licitar e impedimento de contratar e de declaração de inidoneidade, previstas no subitem anterior, as empresas ou profissionais que, em razão do contrato decorrente desta licitação:

14.3.1. tenham sofrido condenações definitivas por praticarem, por meio dolosos, fraude fiscal no recolhimento de tributos;

14.3.2. tenham praticado atos ilícitos visando a frustrar os objetivos da licitação;

14.3.3. demonstrem não possuir idoneidade para contratar com a Administração em virtude de atos ilícitos praticados.

14.4. A aplicação de qualquer das penalidades previstas realizar-se-á em processo administrativo que assegurará o contraditório e a ampla defesa observando-se o procedimento previsto na Lei nº 8.666, de 1993.

14.5. A autoridade competente, na aplicação das sanções, levará em consideração a gravidade da conduta do infrator, o caráter educativo da pena, bem como o dano causado à Administração, observado o princípio da proporcionalidade.

14.6. As multas devidas e/ou prejuízos causados à Contratante serão deduzidos dos valores a serem pagos, ou recolhidos em favor do Órgão, ou deduzidos da garantia, ou ainda, quando for o caso, serão inscritos na Dívida Ativa e cobrados judicialmente.

14.6.1. Caso a Contratante determine, a multa deverá ser recolhida no prazo máximo de 10 (dez) dias, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela autoridade competente.

14.7. As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou, no caso das multas, cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis.

15. CONTRATAÇÃO

15.1. A contratação será formalizada mediante assinatura do contrato, para cuja assinatura as licitantes adjudicatárias terão o prazo de 10 (dez) dias úteis contados a partir do recebimento da respectiva convocação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA.

15.2. Como condição para a assinatura do contrato, sem prejuízo das demais disposições previstas neste Instrumento, as licitantes adjudicatárias deverão apresentar:

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata — Fls. 62

I – documentação exigida na habilitação, porventura vencida após a reunião de licitação, devidamente atualizada.

15.3. A recusa em assinar o contrato ou o não atendimento das condições previstas no subitem 15.2. implica a decadência do direito à contratação, sem prejuízo da aplicação de penalidades previstas no item 14.

15.3.1. A decadência do direito à contratação autoriza a PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA a, independentemente de qualquer aviso ou notificação, revogar a licitação ou convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, observado o subitem 2.6., para, atendendo ao subitem 15.2., assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da licitante que deixou de assinar o contrato.

15.3.2. Não se aplicam às licitantes remanescentes as penalidades previstas no subitem 15.3.

15.4. As licitantes adjudicatárias terão o prazo de 20 (vinte) dias, contados da data da publicação do extrato do contrato na imprensa oficial, para apresentar a garantia prevista no item 17.

15.5. Integrarão os contratos a serem firmados, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pelas respectivas licitantes adjudicatárias que tenham servido de base para o julgamento desta Concorrência.

15.6. O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses podendo ser prorrogado, na forma da lei, observada a cláusula segunda do Anexo 5 – Minuta do Contrato e a vigência máxima de 60 (sessenta) meses.

15.7. A remuneração às contratadas, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Sétima e Oitava do Anexo 5 – Minuta do Contrato, consoante os preços estabelecidos em suas respectivas Propostas de Preço.

15.7.1. A forma e as condições de pagamento são as constantes da minuta do contrato.

15.8. As agências deverão centralizar o comando da publicidade da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA, comprovando no prazo máximo de 30 (trinta) dias, a contar da data da assinatura do contrato, que têm estrutura de atendimento representada, no mínimo, pelos profissionais indicados, conforme subitem 4.1.2. do Anexo 5 – Minuta do contrato:

I – dois na área de atendimento;

II – um na área de planejamento;

III – dois na área de criação;

IV – dois nas áreas de produção impressa, eletrônica e de design/computação gráfica;

V – três na área de mídia.

16. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

16.1. A soma das despesas com o contrato resultante desta Concorrência está estimada em

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 63

R$ 1.000.000,00 (hum milhão de reais) pelos primeiros 12 (doze) meses e será executada de acordo com o previsto no subitem 1.3.2.

16.1.1. As despesas decorrentes da contratação, objeto desta licitação, correrão por conta dos recursos consignados na conta orçamentária: 15.15.2032 (Secretaria Municipal de Esportes e Lazer – Manutenção da Secretaria de Esportes e Lazer), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 03.31.2024 (Fundo Municipal de Defesa Social – Manutenção do Fundo Municipal de Defesa Social), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 04.40.2007 (Secretaria Municipal de Infra-Estrutura – Manutenção da Secretaria de Infra-Estrutura), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 06.60.2009 (Secretaria Municipal de Educação e Cultura – Manutenção da Secretaria de Educação), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 03.30.2005 (Secretaria Municipal de Administração – Manutenção da Secretaria de Administração), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 02.20.2002 (Gabinete do Prefeito – Manutenção do Gabinete do Prefeito) , 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 05.50.2008 (Secretaria Municipal de Agricultura e Meio Ambiente – Manutenção da Secretaria de Agricultura e Meio Ambiente), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 10.10.2022 (Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo – Manutenção da Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 08.80.6013 (Secretaria Municipal de Assistência Social – Manutenção da Secretaria de Assistência Social), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 07.70.6002 (Secretaria Municipal de Saúde – Manutenção da Secretaria de Saúde), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 14.14.2038 (Secretaria Municipal de Planejamento e Finanças – Manutenção da Secretaria de Planejamento e Finanças), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica).

16.2. A PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

17. DA GARANTIA

17.1. Será exigida a prestação de garantia pela Contratada, no percentual de 5% (cinco por cento) do valor total do contrato, a ser comprovada no prazo de 24 (vinte e quatro) horas a partir da data da celebração do contrato, sob pena de aplicação das sanções cabíveis, inclusive rescisão contratual.

17.2. A garantia poderá ser prestada nas seguintes modalidades:

a. Caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;

b. Seguro-garantia; ou

c. Fiança bancária.

17.2.1. Não será aceita a prestação de garantia que não cubra todos os riscos ou prejuízos eventualmente decorrentes da execução do contrato, tais como a responsabilidade por multas e obrigações trabalhistas, previdenciárias ou sociais.

17.2.2. Caso o valor global da proposta da Adjudicatária seja inferior a 80% (oitenta por cento) do menor valor a que se referem as alíneas "a" e "b" do § 1º do artigo 48 da Lei nº 8.666, de 1993, será exigida, para a assinatura do contrato, prestação de garantia adicional, igual à diferença

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANCO

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 64

entre o menor valor referido no citado dispositivo legal e o valor da correspondente proposta.

17.3. No caso de caução em dinheiro, o depósito deverá ser efetuado no Banco Brasil, mediante depósito identificado a crédito da Contratante.

17.4. Caso a opção seja por utilizar títulos da dívida pública, estes devem ter sido emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.

17.5. A garantia, se prestada na forma de fiança bancária ou seguro-garantia, deverá ter validade durante a vigência do contrato.

17.6. No caso de garantia na modalidade de fiança bancária, deverá constar expressa renúncia do fiador aos benefícios do artigo 827 do Código Civil.

17.7. No caso de alteração do valor do contrato, ou prorrogação de sua vigência, a garantia deverá ser readequada ou renovada nas mesmas condições.

17.8. Se o valor da garantia for utilizado, total ou parcialmente, pela Contratante, para compensação de prejuízo causado no decorrer da execução contratual por conduta da Contratada, esta deverá proceder à respectiva reposição no prazo de 03 (três) dias úteis, contados da data em que tiver sido notificada.

17.9. Após a execução do contrato, constatado o regular cumprimento de todas as obrigações a cargo da Contratada, a garantia por ela prestada será liberada ou restituída e, quando em dinheiro, atualizada monetariamente, deduzidos eventuais valores devidos à Contratante.

18. DISPOSIÇÕES FINAIS

18.1. A licitante é responsável pela fidelidade e a legitimidade das informações prestadas e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação, de modo que a falsidade de qualquer documento apresentado ou a inverdade das informações nele contidas implicará a imediata desclassificação da licitante que o tiver apresentado.

18.2. É facultada à Comissão ou à autoridade superior efetuar, em qualquer fase da licitação, consultas ou promover diligências com vistas a esclarecer ou complementar a instrução do processo.

18.3. As situações não previstas neste Edital, inclusive as decorrentes de caso fortuito ou de força maior, serão resolvidas pela Comissão ou pela autoridade competente.

18.4. Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento.

18.4.1. Os prazos estabelecidos neste Edital só se iniciam e vencem em dias de expediente da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 65

18.5. Este Edital e seus anexos, bem como as Propostas vencedoras, farão parte integrante do contrato – Anexo 5, como se nele estivessem transcritos.

18.6. O conteúdo deste Edital e de seus anexos, bem como outros documentos que forem emitidos pela PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA e fornecidos às licitantes, são complementares entre si, devendo ser interpretados conforme os princípios que regem as licitações públicas.

18.7. Até a assinatura do contrato, a licitante adjudicatária poderá ser desclassificada ou inabilitada se a PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

18.8. Se, durante a execução dos contratos, o instrumento firmado com a contratada f for rescindido, a PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação verificada nesta Concorrência, para dar continuidade à execução do objeto, desde que aceitem as mesmas condições oferecidas pela contratada e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiverem sujeitas as signatárias dos contratos.

18.9. 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.

18.10. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, a PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA comunicará os fatos verificados ao Ministério Público do Estado de São Paulo, para as providências devidas.

18.11. Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer uma de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

18.11.1. A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 59 da Lei 8.666/93.

Município de Boca da Mata/AL, xx de xxxxxxxxxxxxxxxxxx de xxxx.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 66

ANEXOS:

ANEXO 1 – CARTA DE CREDENCIAMENTO

ANEXO 2 – MODELO DE DECLARAÇÃO

ANEXO 3 – MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO

ANEXO 4 – DECLARAÇÃO DE CAPACIDADE TÉCNICA

ANEXO 5 - MINUTA DE CONTRATO

ANEXO 6 - BRIEFING

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 67

ANEXO I

MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO

CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

PROCESSO Nº 1018-019/2013

Por meio da presente carta, credenciamos o (a) Senhor (a)....., portador(a) da Cédula de Identidade .....e CPF..... a participar da Licitação instaurada pela Prefeitura Municipal de Boca da Mata/Al, na modalidade de Concorrência nº 001/2014, na qualidade de REPRESENTANTE LEGAL, outorgando-lhe poderes para pronunciar-se em nome da Empresa ....., CNPJ ....., bem como para 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 praticar todos os demais atos inerentes ao certame.

....., ...de ..... de 201..

OUTORGANTE

Carimbo/CNPJ e assinatura do Representante Legal da empresa

Identificação do Cargo/Função do Firmatário.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 68

ANEXO II

MODELO DE DECLARAÇÃO

CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

PROCESSO Nº 1018-019/2013

Empresa..... inscrita no CNPJ .....por intermédio de seu representante o (a) Senhor(a) ....., portador(a) da Carteira de Identidade RG. ..... e do CPF. ....., Declara sob as penas da lei:

1) Ter conhecimento do instrumento convocatório; ter recebido o invólucro nº1, assim como todos os documentos e informações necessários à participação na Concorrência nº 001/2014, conhecendo e acatando as condições para o cumprimento das obrigações objeto da licitação;

2) Atendimento ao art. 27, inciso V da Lei 8.666/93: que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesseis) anos.

( ) Ressalva: contrata menor, a partir de 14 (quatorze) anos, na condição de aprendiz. (em caso afirmativo, assinalar).

3) Inexistência de impedimentos para a participação: que não incorre em nenhum dos casos relacionados no item 2.2. deste Edital.

..... , ...de ..... de 201..

OUTORGANTE

Carimbo/CNPJ e assinatura do Representante Legal da empresa

Identificação do Cargo/Função do Firmatário.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANCO

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 69

ANEXO III

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

PROCESSO Nº 1018-019/2013

Nome empresarial da licitante: .....

CNPJ nº.....

Endereço, telefone e e-mail: .....

Validade da proposta.....(.....) dias (no mínimo 60 dias), a partir da data de sua apresentação.

Declaramos que, na vigência do contrato decorrente da Concorrência nº 001/2014, promovida pela Prefeitura Municipal de Boca da Mata/Al, serão cobrados os seguintes honorários:

a) Honorários de.....% (.....) sobre os custos externos de produção de serviços especiais **(no máximo 15% e no mínimo 10%).**

b) Em decorrência dos trabalhos de criação e produção interna, será aplicada a Tabela Referencial de Custos Internos com um desconto de .....% (..... por cento) **(desconto máximo de 30%).**

c) Honorários de.....% (.....) sobre serviços de desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias, quando realizadas externamente **(honorários máximos de 20% e mínimos 10% sobre o custo de tais serviços).**

O preço proposto contempla todos os custos e despesas necessários à plena execução do serviço, tais como de pessoal e de administração, e todos os encargos (obrigações sociais, impostos, taxas etc.) incidentes sobre os serviços objeto desta licitação, nada mais sendo lícito pleitear da Prefeitura Municipal de Boca da Mata/Al a esse título.

Declaramo-nos cientes de que a Prefeitura Municipal de Boca da Mata/Al procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

O desconto de agência ou os honorários de mídia serão pagos à agência que intermediar a compra de espaço/tempo publicitários, pelos Veículos de Comunicação, na base de 20% sobre o valor da mídia efetivamente negociada, sendo que o Veículo emitirá sua fatura contra a Prefeitura

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Municipal de Boca da Mata/Al correspondente à chamada "parte líquida", correspondente a 80% do valor da mídia, e a agência emitirá os restantes 20% contra a Prefeitura Municipal de Boca da Mata/Al.

Informamos conhecer e aceitar as disposições alusivas a direitos autorais, estabelecidas na Cláusula Nona da minuta de contrato (ANEXO 5).

..... , ...de ..... de 201..

OUTORGANTE

Carimbo/CNPJ e assinatura do Representante Legal da empresa

Identificação do Cargo/Função do Firmatário.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 71

ANEXO IV

MODELO DE DECLARAÇÃO DE CAPACIDADE TÉCNICA

CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

PROCESSO Nº 1018-019/2013

Declaramos para os devidos fins que a empresa (nome e CNPJ da licitante), estabelecida à (endereço da licitante), fornece(u) executa(ou) para (nome e CNPJ da empresa emitente), estabelecida à (endereço da empresa emitente), no período de...../...../..... a...../...../..... o(s) serviço(s) abaixo especificado(s):

SERVIÇOS: .....

....., de ..... de 201....

CARIMBO/CNPJ E ASSINATURA DA EMPRESA EMITENTE

Atenção: não serão aceitas declarações emitidas para agências de propaganda, ou para suas respectivas filiais, que não sejam aquelas que efetivamente tenham assinado o contrato com a emitente.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Fls. 72

ANEXO V

MINUTA DE CONTRATO

PROCESSO Nº 1018-019/2013

CONTRATO Nº CCXX/20XX

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE QUE ENTRE SI CELEBRAM O MUNICÍPIO DE BOCA DA MATA E A EMPRESA XXXXXXXXXX.

O **MUNICÍPIO DE BOCA DA MATA/AL** com sede na Rua Rosalvo Pinto Dâmaso, 224, Centro, Boca da Mata, Alagoas, inscrito no CNPJ sob o nº 12.264.396/0001-63, neste ato representado por seu Prefeito, Sr. Gustavo Dantas Feijó, brasileiro, portador da cédula de identidade nº 767035 SSP/AL, inscrito no CPF sob o nº 524.759.994-20, no uso de suas atribuições legais, doravante denominado(a) simplesmente CONTRATANTE, e a empresa XXXXXXXXXX, inscrita no CNPJ sob o nº XXXXXX, com sede na XXXXXXXXXXXXXX, CEP XXXX, no Município de XXXXXX, denominada CONTRATADA, neste ato representada pelo(a) Sr(a). XXXXXX, portador(a) da Cédula de Identidade nº XXXX e CPF nº XXXXXX, tendo em vista o que consta no Processo nº 1018-019/2013, e o resultado final da Concorrência nº 001/2014, com fundamento na Lei nº 8.666, de 1993, e demais legislações correlatas, resolvem celebrar o presente instrumento, mediante as cláusulas e as condições seguintes:

1. CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

1.1. O presente instrumento tem origem na Concorrência nº 001/2014, à qual se encontra vinculado, e tem por objeto a contratação da prestação de serviços de publicidade à PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA.

1.1.1. Compreendem os serviços de publicidade 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 comunicação.

1.1.1.1. Também integram o objeto deste CONTRATO, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

I – à produção e à execução técnica das peças e projetos criados;

II – ao planejamento e à execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento relacionados a determinada ação publicitária;

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

a) As pesquisas de recall serão realizadas somente quando solicitadas pela PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA para campanhas que vierem a ser produzidas.

III – à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias desenvolvidas.

1.1.1.2.As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 1.1.1.1., II, terão a finalidade de:

I – gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

II – aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;

III – possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática para a ação publicitária.

1.2. Não se confundem com o objeto desta contratação, estando, vedada, portanto, a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios.

1.3. A CONTRATADA atuará apenas de acordo com solicitação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA.

1.4. A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto deste CONTRATO.

2. CLÁUSULA SEGUNDA – DA VIGÊNCIA

2.1. O período de vigência deste CONTRATO será de 12 (doze) meses, com início a partir de sua assinatura.

2.2. Este CONTRATO poderá ser prorrogado, nos termos da lei, limitada sua vigência a 60 (sessenta) meses.

2.2.1. A decisão sobre a prorrogação observará o resultado das avaliações semestrais previstas no subitem 6.4.

2.2.2. As prorrogações serão formalizadas por meio de Termo Aditivo e publicadas na imprensa oficial.

3. CLÁUSULA TERCEIRA – DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de BOCA DA MATA - Mata/AL
Fls. 74

3.1. As despesas a serem realizadas pela CONTRATADA por meio da Concorrência nº 001/2014, nos primeiros 12 (doze) meses de vigência contratual, estão estimadas em R$ 1.000.000,00 (hum milhão de reais) e correrão pela seguinte conta orçamentária: 15.15.2032 (Secretaria Municipal de Esportes e Lazer – Manutenção da Secretaria de Esportes e Lazer), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 03.31.2024 (Fundo Municipal de Defesa Social – Manutenção do Fundo Municipal de Defesa Social), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 04.40.2007 (Secretaria Municipal de Infra-Estrutura – Manutenção da Secretaria de Infra-Estrutura), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 06.60.2009 (Secretaria Municipal de Educação e Cultura – Manutenção da Secretaria de Educação), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 03.30.2005 (Secretaria Municipal de Administração – Manutenção da Secretaria de Administração), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 02.20.2002 (Gabinete do Prefeito – Manutenção do Gabinete do Prefeito) , 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 05.50.2008 (Secretaria Municipal de Agricultura e Meio Ambiente – Manutenção da Secretaria de Agricultura e Meio Ambiente), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 10.10.2022 (Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo – Manutenção da Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 08.80.6013 (Secretaria Municipal de Assistência Social – Manutenção da Secretaria de Assistência Social), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 07.70.6002 (Secretaria Municipal de Saúde – Manutenção da Secretaria de Saúde), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 14.14.2038 (Secretaria Municipal de Planejamento e Finanças – Manutenção da Secretaria de Planejamento e Finanças), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica).

3.1.1. O valor estimado poderá ser atualizado pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo- IPCA (IBGE).

3.2. A PREFEITURA se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

4. CLÁUSULA QUARTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

4.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste CONTRATO ou dele decorrentes:

4.1.1. Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

4.1.1.1.Os serviços indicados no subitem 1.1.1. deverão ser executados por meio dos profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na Proposta Técnica apresentada na Concorrência nº 001/2014, admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior mediante comunicação prévia à PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA.

4.1.2. Centralizar o comando da publicidade da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA, comprovando em até 30 (trinta) dias da assinatura deste CONTRATO, que mantém estrutura de atendimento representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais:

I – 1 (um) diretor de atendimento;

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Fls. 75

II – 1 (um) profissional de atendimento;

III – 1 (um) profissional de planejamento e pesquisa;

IV – 1 (uma) dupla de criação;

V – 2 (dois) profissionais de produção (impressa, eletrônica, digital e de design/computação gráfica);

VI – 1 (um) diretor de mídia;

VII – 2 (dois) profissionais de mídia, sendo um para mídia digital.

4.1.3. O desempenho da CONTRATADA será permanentemente verificado pela PREFEITURA.

4.1.4. Executar todos os serviços relacionados com o objeto deste CONTRATO, de acordo com os prazos e as demais especificações estipulados pela PREFEITURA.

4.1.4.1.A CONTRATADA executará os serviços indicados no subitem 1.1.1. diretamente, com seus próprios recursos.

4.1.4.2.A CONTRATADA poderá intermediar a contratação de veículos de divulgação e, quando necessários à execução das atividades complementares a que se refere o subitem 1.1.1.1., fornecedores de serviços especializados.

4.1.4.2.1. A contratação de veículos de divulgação e de fornecedores de serviços especializados deverá ser submetida à prévia e expressa autorização da PREFEITURA e implica a atuação da CONTRATADA por conta e ordem da PREFEITURA.

4.1.4.2.2. A PREFEITURA deverá ser previamente identificada na contratação de veículos de divulgação.

4.1.4.2.3. Cabe à CONTRATADA efetivar as operações de pagamento referentes aos serviços prestados por veículos ou fornecedores de serviços especializados, operação que deverá ter sido realizada em até 5 (cinco) dias úteis do recebimento do pagamento realizado pela PREFEITURA.

4.1.5. Contratar, administrar, executar e fiscalizar os contratos firmados com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação – inclusive quando decorrentes de cotações realizadas pela PREFEITURA –, respondendo pelos efeitos destes acordos, incluídos os danos e os prejuízos, diretos ou indiretos, decorrentes de sua culpa.

4.1.5.1. Alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços contratados deverão ser tempestiva e formalmente comunicados à PREFEITURA, devendo a CONTRATADA adotar providências imediatas para solucionar a pendência.

4.1.5.1.1. A culpa do fornecedor de serviços especializados, do veículo de distribuição ou da CONTRATADA, que repercuta na plena execução dos serviços contratados implica a revisão das

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 76

obrigações e dos pagamentos dos contratos por esta firmados, na medida das consequências do ato nos serviços acordados.

4.1.5.1.2. O aumento de despesas ou a perda de descontos para a PREFEITURA, gerados em decorrência de ação culposa da CONTRATADA, deverá ser ressarcido pela CONTRATADA à PREFEITURA em até 2 (dois) dias úteis contados do recebimento da notificação de ressarcimento por este encaminhada.

4.1.5.1.2.1. Se o ressarcimento não for realizado no prazo indicado no subitem 4.1.5.1.2., o valor poderá ser glosado pela PREFEITURA ou descontado da garantia contratual, acrescido da atualização monetária desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação *pro rata tempore* do IGPM (FGV).

4.1.6. Orientar a produção, a impressão e a distribuição das peças gráficas conforme aprovação da PREFEITURA e atestar a conformidade deste material com as especificações contidas no documento de autorização da ação.

4.1.7. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos de comunicação.

4.1.7.1. Pertencem à PREFEITURA, devendo-lhes ser transferidas, as vantagens obtidas em negociação com fornecedores de serviços especializados e com veículos de divulgação realizada diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo.

4.1.7.1.1. O disposto no subitem 4.1.7.1. não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à CONTRATADA, nos termos do art. 18 da Lei 12.232/2010.

4.1.7.1.2. A CONTRATADA não poderá sobrepor os planos de incentivo aos interesses da PREFEITURA, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

4.1.7.2. Nos casos de reutilizações de peças publicitárias da PREFEITURA, a CONTRATADA deverá negociar sempre as melhores condições de preço, observados os percentuais máximos constantes do subitem 9.2.1.

4.1.8. Observar as seguintes condições para o fornecimento de serviços especializados à PREFEITURA:

I – Fazer cotações prévias de preços para os serviços a serem prestados por fornecedores;

II – Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados na PREFEITURA ou eventual sistema que venha a substituir tal cadastro, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
BOCA DA MATA
ALAGOAS
Fls. 77

a) A impossibilidade de obter as 3 (três) cotações deverá ser previamente justificada à PREFEITURA, por escrito, para decisão sobre a contratação.

III – exigir do fornecedor que a cotação seja apresentada no original, em papel timbrado e que:

a) Contenha a identificação do fornecedor (com, pelo menos, nome completo, CNPJ ou CPF, endereço e telefone) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

b) Detalhe dos produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, suas especificações;

c) Seja apresentada juntamente com os comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – no CNPJ ou no CPF e no Cadastro de Contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

IV – informar, por escrito, os fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas na Cláusula Nona para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos;

4.1.8.1. Quando o fornecimento de serviços tiver valor superior a 0,5% (meio por cento) do valor global deste CONTRATO, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da PREFEITURA.

4.1.8.2. A PREFEITURA procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado.

4.1.8.3. Se e quando julgar conveniente, a PREFEITURA poderá realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

4.1.8.4. As disposições do subitem 4.1.8. não se aplicam à compra de mídia.

4.1.8.5. As condições do subitem 4.1.8. I e II, não se aplicam à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado.

4.1.9. Encaminhar, após a aprovação do serviço pela PREFEITURA e sem ônus para esta, as seguintes cópias de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação de mídia paga:

I – TV e cinema: cópias em Betacam e/ou DVD e/ou arquivos digitais;

II – Internet: cópias em CD;

III – Rádio: cópias em CD, com arquivos digitais;

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

IV – Mídia impressa e materiais publicitários: cópias em CD, com arquivos em alta resolução, finalizados, sendo uma cópia aberta e uma fechada.

4.1.9.1.As peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, se garantido o atendimento à solicitação da PREFEITURA.

4.1.9.2.Os arquivos contendo as cópias das peças produzidas deverão ser apresentados nos formatos definidos pela PREFEITURA.

4.1.9.3.Caso as mídias indicadas nos incisos I a IV do subitem 4.1.9. se tornem tecnologicamente obsoletas, a PREFEITURA indicará mídia substituta para envio da cópia das peças produzidas.

4.1.10. Disponibilizar à PREFEITURA informações que forem solicitadas a respeito da mídia utilizada.

4.1.11. Produzir e entregar em meio impresso, assim como em CD ou em DVD ou outro meio magnético indicado pela PREFEITURA, portfólio dos trabalhos realizados para a PREFEITURA.

4.1.11.1. O portfólio deverá ser entregue anualmente, até o final do mês de janeiro, e abranger todas as ações realizadas neste CONTRATO durante o ano civil anterior.

4.1.11.1.1. No final da vigência deste CONTRATO, deverá ser entregue um portfólio com os trabalhos realizados após a entrega do portfólio anterior.

4.1.11.2. O portfólio deverá ser apresentado conforme modelo sugerido pela CONTRATADA e previamente aprovado pela PREFEITURA.

4.1.12. Entrega à PREFEITURA de cópia dos comprovantes de pagamentos feitos a fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação até o dia 6 do mês subsequente ao do pagamento realizado pela PREFEITURA.

4.1.13. Entregar à PREFEITURA, em meio eletrônico e em meio impresso, até o dia 10 de cada mês, um relatório total (mês a mês) de despesas com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação com o respectivo acompanhamento de seus pagamentos, conforme modelo definido pela PREFEITURA.

4.1.14. Registrar em Relatórios de Acompanhamento as demandas recebidas da PREFEITURA e as atividades realizadas pela CONTRATADA em relação a cada uma das ações em desenvolvimento.

4.1.14.1. O relatório de acompanhamento deverá ser assinado e enviado à PREFEITURA no dia útil seguinte à realização do contato com a PREFEITURA, com o veículo ou com o fornecedor e, em caso de incorreção, reenviado devidamente corrigido em até 2 (dois) dias úteis, a contar do recebimento da solicitação de correção.

4.1.15. Registrar em Relatórios de Atendimento os briefings para o desenvolvimento de cada ação.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 79
39

4.1.15.1. O Relatório de Atendimento deverá ser assinado e enviado à PREFEITURA em até 2 (dois) dias úteis após o atendimento realizado e, em caso de incorreção, reenviados devidamente corrigidos no mesmo prazo, a contar da data do recebimento da solicitação de correção.

4.1.16. Elaborar, sempre que solicitado pela PREFEITURA, estudo de práticas e investimentos em mídia que vêm sendo empregadas.

4.1.17. Prestar, às suas expensas, os seguintes serviços:

I – criação e manutenção de acervo da propaganda da PREFEITURA, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste CONTRATO e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

II – criação e manutenção de banco de imagens, em meio virtual, com as fotos e as imagens produzidas durante a execução deste CONTRATO e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

4.1.17.1. A agência se reunirá com a PREFEITURA em até 60 (sessenta) dias após a assinatura do CONTRATO para apresentar proposta para o banco de imagens e para o acervo de propaganda, compreendendo, entre outros itens, as especificações técnicas, a sistemática de navegação e de filtros de pesquisa e os formatos dos arquivos.

4.1.17.1.1. Aprovada pela PREFEITURA, a proposta passará a integrar este CONTRATO, ressalvada a possibilidade de ajustes, sempre que necessários à manutenção do banco/acervo virtual.

4.1.17.2. A CONTRATADA, por meio deste CONTRATO, transfere à PREFEITURA a propriedade do sistema tecnológico referente ao banco/acervo virtual, incluído seu código-fonte.

4.1.17.3. O banco/acervo virtual deverá estar funcionando em até 120 (cento e vinte) dias após a assinatura deste CONTRATO.

4.1.18. Prestar esclarecimentos à PREFEITURA sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

4.1.19. Não caucionar ou utilizar este CONTRATO como garantia para qualquer operação financeira.

4.1.20. Manter, durante a execução deste CONTRATO, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste, entre as quais a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4o e seu parágrafo 1° da Lei 12.232/2010.

4.1.20.1. Em não se comprovando a manutenção das condições de habilitação, a CONTRATADA terá 30 (trinta) dias para regularizar a situação, contados da notificação da PREFEITURA, prazo após o qual poderá ser promovida a rescisão contratual.

4.1.21. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando exigido por norma, com relação a empregados de fornecedores contratados.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 80

4.1.22. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste CONTRATO, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos, e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

4.1.22.1. A CONTRATADA é responsável por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

4.1.22.2. Sempre que solicitado pela PREFEITURA, a CONTRATADA deverá apresentar a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

4.1.23. Aceitar, nas mesmas condições contratuais, acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, em até 25% (vinte e cinco por cento) do valor atualizado previsto no subitem 3.1., facultada a supressão além desse limite, mediante acordo entre as partes.

4.1.24. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou contratados.

4.1.25. Obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento deste CONTRATO.

4.1.25.1. A CONTRATADA também responderá por qualquer ação judicial que tenha por fundamento a legislação trabalhista ou de proteção aos direitos autorais ou à propriedade intelectual, devendo adotar providências no sentido de preservar a PREFEITURA e de mantê-la excluída da lide, assim como de reivindicações, demandas, queixas ou representações referentes a tais assuntos.

4.1.25.1.1. Havendo condenação contra a PREFEITURA, a CONTRATADA lhe reembolsará as importâncias que tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento, sem prejuízo da apuração das demais responsabilidades cíveis, penais e administrativas envolvidas.

4.1.26. Cumprir todas as leis e posturas federais, estaduais e municipais pertinentes, responsabilizando-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.

4.1.27. Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 5 (cinco) anos após a extinção deste CONTRATO.

5. CLÁUSULA QUINTA – DAS OBRIGAÇÕES DA PREFEITURA

5.1. Constituem obrigações da PREFEITURA, além das demais previstas neste CONTRATO ou dele decorrentes:

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Fls. 81

5.1.1. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA, observado o subitem 4.1.5. e respectivos subitens.

5.1.2. Proporcionar condições para a boa execução dos serviços.

5.1.3. Fiscalizar a execução deste CONTRATO e subsidiar a CONTRATADA com informações e/ou comunicações úteis e necessárias ao melhor e fiel cumprimento das obrigações.

6. CLÁUSULA QUINZE - DA EXECUÇÃO, FISCALIZAÇÃO E AVALIAÇÃO DOS SERVIÇOS

6.1. A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço objeto deste CONTRATO após sua respectiva aprovação formal pela PREFEITURA.

6.1.1. A PREFEITURA poderá acompanhar a execução dos serviços contratados, juntamente com um representante credenciado pela CONTRATADA.

6.1.2. A aprovação dos serviços não afasta a responsabilidade da CONTRATADA quanto à sua perfeita execução.

6.2. Os serviços contratados poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao especificado.

6.2.1. A não aceitação de serviços objeto deste CONTRATO, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da PREFEITURA.

6.2.1.1.A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que o serviço, quando não aceito, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado a suas expensas e nos prazos estipulados pela PREFEITURA, observado o subitem 4.1.5.

6.3. A execução dos serviços ora contratados será objeto de acompanhamento, controle, fiscalização e avaliação por representante da CONTRATANTE, para este fim especialmente designado, com as atribuições específicas determinadas na Lei nº 8.666, de 1993, conforme detalhado no Projeto Básico.

6.3.1. O representante da CONTRATANTE deverá ser profissional habilitado e com a experiência técnica necessária para o acompanhamento e controle da execução da obra.

6.4. O acompanhamento, o controle, a fiscalização e avaliação de que trata este item não excluem a responsabilidade da CONTRATADA e nem confere à CONTRATANTE responsabilidade solidária, inclusive perante terceiros, por quaisquer irregularidades ou danos na execução dos serviços contratados.

6.5. A CONTRATANTE se reserva o direito de rejeitar, no todo ou em parte, os serviços ora contratados, prestados em desacordo com o presente Edital e seus Anexos e com o contrato.

6.6. As determinações e as solicitações formuladas pelo representante da CONTRATANTE encarregado da fiscalização do contrato deverão ser prontamente atendidas pela CONTRATADA,

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 82

ou, nesta impossibilidade, justificadas por escrito.

6.7. A CONTRATADA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste CONTRATO, fornecendo informações, propiciando acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução, e atendendo às observações e às exigências apresentadas pela fiscalização.

6.8. A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna da PREFEITURA ou auditoria externa por esta indicada tenha acesso a todos os documentos que digam respeito à execução deste CONTRATO.

6.9. Serão anotadas e registradas todas as ocorrências relacionadas com a execução contratual, cabendo à CONTRATADA atender, no prazo estipulado pela PREFEITURA, às determinações para regularização das faltas ou defeitos observados.

6.10. A PREFEITURA realizará, semestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos, dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela CONTRATADA e do atendimento ao subitem 4.1.7.

6.10.1. Sem prejuízo de outras finalidades com objetivo semelhante ou complementar, a avaliação semestral será considerada instrumento para:

I – solicitar à CONTRATADA a melhora da qualidade dos serviços prestados;

II – subsidiar decisão sobre prorrogação e rescisão contratuais;

III – subsidiar declaração sobre desempenho da CONTRATADA.

7. CLÁUSULA SÉTIMA – DA REMUNERAÇÃO

7.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada por honorários de.....% (.....), incidentes sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças e/ou materiais.

7.1.1. Os honorários serão calculados sobre o preço faturado pelos fornecedores.

7.2. Pelos serviços de criação e execução interna, a CONTRATADA receberá o valor correspondente indicado na Tabela de Custos Internos editada pela Associação Brasileira de Agências de Publicidade, então em vigor, com um desconto de....% (..... por cento).

7.3. Honorários incidentes sobre os custos dos serviços de desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias, quando realizadas externamente e intermediadas pela CONTRATADA.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Fls. 83

7.4. Serão ressarcidas as despesas referentes aos serviços de planejamento e execução de pesquisas, inclusive de pré-testes e recall de campanha executados neste contrato, com o mesmo percentual indicado no subitem 7.1.

7.5. Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratadas até a cidade de Boca da Mata/AL serão de responsabilidade da CONTRATADA.

8. CLÁUSULA OITAVA – DESCONTO DE AGÊNCIA

8.1. Além da remuneração prevista na Cláusula Sétima, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei n. 4.680/65 e com o art. 7º do Regulamento para execução da lei nº 4. 680/65 (Decreto nº 57.690/66).

8.1.1. O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e/ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da PREFEITURA, nos termos do art. 19 da Lei nº12. 232/2010.

9. CLÁUSULA NONA – DOS DIREITOS AUTORAIS

9.1. A CONTRATADA cede à PREFEITURA os direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência deste CONTRATO.

9.1.1. Os direitos são cedidos de forma total e definitiva, para uso no Brasil ou em qualquer outro país do mundo.

9.1.2. O valor dessa cessão está integralmente incluído nas modalidades de remuneração definidas nas cláusulas sétima e oitava.

9.1.3. Os direitos patrimoniais cedidos poderão ser usados pela PREFEITURA em todas as suas modalidades de utilização, diretamente ou por intermédio de terceiros.

9.2. Quando for necessário realizar contratações que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará a quem de direito a concessão por prazo, finalidade, território e preço, inclusive quanto à eventual renovação do contrato, dos direitos autorais e conexos de suas respectivas titularidades.

9.3. A CONTRATADA se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, o custo com cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos de autor e conexos.

9.4. A PREFEITURA será a única proprietária das peças e demais materiais físicos e/ou digitais oriundos do cumprimento deste CONTRATO, sejam estes passíveis ou não de proteção do Direito de Propriedade Intelectual.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 84

9.4.1. É garantida à PREFEITURA a apropriação dos direitos patrimoniais e conexos originalmente de titularidade da CONTRATADA e dos funcionários desta, sobre os resultados da execução deste CONTRATO, ressalvados os direitos autorais e conexos de terceiros.

10. CLÁUSULA DÉCIMA – DA LIQUIDAÇÃO E DO PAGAMENTO DE DESPESAS

10.1. Para liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pela PREFEITURA, a CONTRATADA deverá apresentar:

I – a correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, em letra legível, em nome da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA/AL, CNPJ. 12.264.396/0001-63, contendo o número deste CONTRATO e os seguintes dados da CONTRATADA:

Banco (nome e número)

Agência (nome e número)

Conta-corrente (número)

a) Quaisquer alterações nos dados bancários deverão ser comunicadas tempestiva e formalmente à PREFEITURA, ficando a CONTRATADA responsável pelos prejuízos decorrentes da falta ou intempestividade da informação.

b) O CNPJ que deverá constar nas notas fiscais e na conta-corrente utilizada para pagamento à CONTRATADA deverá ser o CN PJ da CONTRATADA constante do preâmbulo deste CONTRATO.

c) Quando referente ao pagamento de fornecedores e veículos, a nota fiscal também deverá conter o número do documento que autorizou a veiculação ou a produção do serviço e o nome empresarial do fornecedor com seu respectivo CNPJ.

II – a primeira via do documento fiscal do fornecedor de serviços especializado ou do veículo:

a) O CNPJ que deverá constar nas notas fiscais dos fornecedores de serviço especializado deverá ser o mesmo da cotação de preços que norteou a contratação.

III – os documentos comprobatórios da execução dos serviços especializados e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega;

IV – os documentos comprobatórios da demonstração do valor devido ao veículo, da sua respectiva tabela de preços, da descrição dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e da efetiva veiculação, sendo este último providenciado sem ônus para a PREFEITURA.

a) Na ocorrência de falha em uma programação em mídia eletrônica, além das providências previstas no inciso IV, a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 85

10.1.1. O comprovante de veiculação a que se refere o subitem 10.1, IV é constituído por:

I – revista e anuário: exemplar original;

II – jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do jornal e praça;

III – demais meios: relatório de checagem de veiculação emitido por empresa independente ou por um dos seguintes documentos:

a) TV, rádio e cinema: documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação;

i. Como alternativa ao procedimento previsto na alínea "a", a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea "a" deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento "composto" contenha todas as informações previstas na alínea "a".

b) Mídia exterior:

i. Mídia Out Of Home: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar os foros, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

ii. Mídia Digital Out Of Home: relatório de exibição, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar fotos por amostragem, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

iii. Carro de som: relatório de veiculação, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 86

c) Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente acompanhado do print da tela.

10.1.1.1. As formas de comprovação de veiculação em mídia não previstas nas alíneas "a", "b", e "c" do subitem 10.1.1., III, serão estabelecidas formalmente pela PREFEITURA, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

10.1.2. Compete ao Gestor do contrato a conferência dos preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados de que trata o artigo 15 da Lei no 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos respectivos Planos de Mídia pela CONTRATADA à PREFEITURA.

10.2. Os documentos de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços para liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA.

10.2.1. Caso seja constatado erro ou irregularidade na documentação de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços, a PREFEITURA, a seu juízo, poderá devolvê-la para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

10.2.1.1. Na hipótese de devolução, a documentação será considerada não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

10.2.1.2. A PREFEITURA não pagará nenhum acréscimo pelo adiamento do pagamento em razão de pendência no cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste CONTRATO.

10.3. Antes da efetivação dos pagamentos, será verificada a comprovação de regularidade da CONTRATADA referente à:

I – Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS;

II – Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social – CND;

III – Certidão Conjunta de Regularidade com a Fazenda Federal (Quitação de Tributos e Contribuições Federais e Dívida Ativa da União);

IV- Certidões negativas de tributos estaduais e municipais emitidas pelos respectivos órgãos;

V – Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT.

10.3.1. A CONTRATADA apresentará à PREFEITURA os documentos comprobatórios de manutenção de suas condições de habilitação, sempre que próximos aos seus respectivos vencimentos.

10.3.2. A não apresentação ou a irregularidade dos documentos listados no subitem 10.3 não acarretará retenção do pagamento. Entretanto, a CONTRATADA será comunicada quanto à apresentação de tais documentos em até 30 (trinta) dias, sob pena de rescisão contratual e demais penalidades cabíveis.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 87

10.4. O prazo para pagamento será de até 30 (trinta) dias, contados a partir da data da apresentação da Nota Fiscal/Fatura, acompanhada dos demais documentos comprobatórios do cumprimento das obrigações da CONTRATADA.

10.5. A PREFEITURA não acata cobrança por meio de duplicatas ou qualquer outro título em bancos ou outras instituições do gênero.

10.6. A PREFEITURA não é obrigada a pagar nenhum compromisso, assumido pela CONTRATADA, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

10.7. Correrão por conta da CONTRATADA o ônus do prazo de compensação e todas as despesas bancárias decorrentes da transferência de crédito, assim como os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes de sua inobservância quanto aos prazos de pagamento.

10.8. A PREFEITURA, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigada pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

11. CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DA GARANTIA

11.1. Será exigida a prestação de garantia pela Contratada, no percentual de 5% (cinco por cento) do valor total do contrato, a ser comprovada no prazo de 24 (vinte e quatro) horas a partir da data da celebração do contrato, sob pena de aplicação das sanções cabíveis, inclusive rescisão contratual.

11.2. A garantia poderá ser prestada nas seguintes modalidades:

a. Caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;

b. Seguro-garantia; ou

c. Fiança bancária.

11.2.1. Não será aceita a prestação de garantia que não cubra todos os riscos ou prejuízos eventualmente decorrentes da execução do contrato, tais como a responsabilidade por multas e obrigações trabalhistas, previdenciárias ou sociais.

11.2.2. Caso o valor global da proposta da Adjudicatária seja inferior a 80% (oitenta por cento) do menor valor a que se referem as alíneas "a" e "b" do § 1º do artigo 48 da Lei nº 8.666, de 1993, será exigida, para a assinatura do contrato, prestação de garantia adicional, igual à diferença entre o menor valor referido no citado dispositivo legal e o valor da correspondente proposta.

11.3. No caso de caução em dinheiro, o depósito deverá ser efetuado no Banco Brasil, mediante depósito identificado a crédito da Contratante.

11.4. Caso a opção seja por utilizar títulos da dívida pública, estes devem ter sido emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 88

pelo Banco Central do Brasil, e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.

11.5. A garantia, se prestada na forma de fiança bancária ou seguro-garantia, deverá ter validade durante a vigência do contrato.

11.6. No caso de garantia na modalidade de fiança bancária, deverá constar expressa renúncia do fiador aos benefícios do artigo 827 do Código Civil.

11.7. No caso de alteração do valor do contrato, ou prorrogação de sua vigência, a garantia deverá ser readequada ou renovada nas mesmas condições.

11.8. Se o valor da garantia for utilizado, total ou parcialmente, pela Contratante, para compensação de prejuízo causado no decorrer da execução contratual por conduta da Contratada, esta deverá proceder à respectiva reposição no prazo de 03 (três) dias úteis, contados da data em que tiver sido notificada.

11.9. Após a execução do contrato, constatado o regular cumprimento de todas as obrigações a cargo da Contratada, a garantia por ela prestada será liberada ou restituída e, quando em dinheiro, atualizada monetariamente, deduzidos eventuais valores devidos à Contratante.

12. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DAS INFRAÇÕES E DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

12.1. O atraso injustificado na execução do contrato sujeitará a Contratada, após regular processo administrativo, à penalidade de:

a. Multa moratória de até 0,33% (zero vírgula trinta e três por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da contratação, até o limite de 30 (trinta) dias;

12.1.1. A aplicação da multa moratória não impede que a Administração rescinda unilateralmente o Contrato e aplique as outras sanções cabíveis.

12.2. A inexecução total ou parcial do contrato, ou o descumprimento de qualquer dos deveres elencados no Edital e no contrato, sujeitará a Contratada, garantida a prévia defesa, sem prejuízo da responsabilidade civil e criminal, às penalidades de:

a. Advertência por faltas leves, assim entendidas como aquelas que não acarretarem prejuízos significativos ao objeto da contratação;

b. Multa compensatória de até 10% (dez por cento) sobre o valor total da contratação;

c. Suspensão de licitar e impedimento de contratar com o Município de Boca da Mata/AL, pelo prazo de até dois anos;

d. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata Fls. 89

Contratada ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da penalidade de suspensão do subitem anterior.

12.2.1. A recusa injustificada da Adjudicatária em assinar o Contrato, após devidamente convocada, dentro do prazo estabelecido pela Administração, equivale à inexecução total do contrato, sujeitando-a às penalidades acima estabelecidas.

12.2.2. A aplicação de qualquer penalidade não exclui a aplicação da multa.

12.3. Também ficam sujeitas às penalidades de suspensão de licitar e impedimento de contratar e de declaração de inidoneidade, previstas no subitem anterior, as empresas ou profissionais que, em razão do contrato decorrente desta licitação:

12.3.1. tenham sofrido condenações definitivas por praticarem, por meio dolosos, fraude fiscal no recolhimento de tributos;

12.3.2. tenham praticado atos ilícitos visando a frustrar os objetivos da licitação;

12.3.3. demonstrem não possuir idoneidade para contratar com a Administração em virtude de atos ilícitos praticados.

12.4. A aplicação de qualquer das penalidades previstas realizar-se-á em processo administrativo que assegurará o contraditório e a ampla defesa observando-se o procedimento previsto na Lei nº 8.666, de 1993.

12.5. A autoridade competente, na aplicação das sanções, levará em consideração a gravidade da conduta do infrator, o caráter educativo da pena, bem como o dano causado à Administração, observado o princípio da proporcionalidade.

12.6. As multas devidas e/ou prejuízos causados à Contratante serão deduzidos dos valores a serem pagos, ou recolhidos em favor do Órgão, ou deduzidos da garantia, ou ainda, quando for o caso, serão inscritos na Dívida Ativa e cobrados judicialmente.

12.6.1. Caso a Contratante determine, a multa deverá ser recolhida no prazo máximo de 10 (dez) dias, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela autoridade competente.

12.7. As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou, no caso das multas, cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis.

13. CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DA RESCISÃO CONTRATUAL

13.1. São motivos para a rescisão do presente Contrato, nos termos do art. 78 da Lei nº 8.666, de 1993:

I. o não cumprimento de cláusulas contratuais, especificações, projetos ou prazos;

II. o cumprimento irregular de cláusulas contratuais, especificações, projetos e prazos;

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

III. a lentidão do seu cumprimento, levando a Administração a comprovar a impossibilidade da conclusão do serviço, nos prazos estipulados;

IV. o atraso injustificado no início do serviço;

V. a paralisação do serviço, sem justa causa e prévia comunicação à Administração;

VI. a subcontratação total ou parcial do seu objeto, a associação da CONTRATADA com outrem, a cessão ou transferência, total ou parcial, bem como a fusão, cisão ou incorporação, não admitidas no Contrato;

VII. o desatendimento às determinações regulares da autoridade designada para acompanhar e fiscalizar a sua execução, assim como as de seus superiores;

VIII. o cometimento reiterado de faltas na sua execução, anotadas na forma do § 1° do art. 67 da Lei n° 8.666, de 1993;

IX. a decretação de falência, ou a instauração de insolvência civil;

X. a dissolução da sociedade, ou falecimento da CONTRATADA;

XI. a alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da CONTRATADA, que prejudique a execução do Contrato;

XII. razões de interesse público, de alta relevância e amplo conhecimento, justificadas e determinadas pela máxima autoridade da esfera administrativa a que está subordinada a CONTRATANTE e exaradas no processo administrativo a que se refere o Contrato;

XIII. a supressão, por parte da Administração, de serviços, acarretando modificação do valor inicial do Contrato além do limite permitido no § 1° do art. 65 da Lei n° 8.666, de 1993;

XIV. a suspensão de sua execução, por ordem escrita da Administração, por prazo superior a 120 (cento e vinte) dias, salvo em caso de calamidade pública, grave perturbação da ordem interna, guerra, ou ainda por repetidas suspensões que totalizem o mesmo prazo, independentemente do pagamento obrigatório de indenização pelas sucessivas e contratualmente imprevistas desmobilizações, mobilizações e outras previstas, assegurada à CONTRATADA, nesses casos, o direito de optar pela suspensão do cumprimento das obrigações assumidas, até que seja normalizada a situação;

XV. o atraso superior a 90 (noventa) dias dos pagamentos devidos pela Administração, decorrentes de serviços, fornecimento, ou parcelas destes, já recebidos ou executados, salvo em caso de calamidade pública, grave perturbação da ordem interna ou guerra, assegurada à CONTRATADA o direito de optar pela suspensão de cumprimento de suas obrigações, até que seja normalizada a situação;

XVI. a não liberação, por parte da Administração, do objeto para execução do serviço, nos prazos contratuais;

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata ALAGOAS Fls. 91

XVII. a ocorrência de caso fortuito ou de força maior, regularmente comprovada, impeditiva da execução do Contrato;

XVIII. o descumprimento do disposto no inciso V do art. 27 da Lei nº 8.666, de 1993, sem prejuízo das sanções penais cabíveis.

13.2. Os casos da rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

13.3. A rescisão deste Contrato poderá ser:

13.3.1. determinada por ato unilateral e escrito da Administração, nos casos enumerados nos incisos I a XII, XVII e XVIII desta cláusula;

13.3.2. amigável, por acordo entre as partes, reduzida a termo no processo, desde que haja conveniência para a Administração;

13.3.3. judicial, nos termos da legislação.

13.4. A rescisão administrativa ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.

13.5. Quando a rescisão ocorrer com base nos incisos XII a XVII desta cláusula, sem que haja culpa da CONTRATADA, será esta ressarcida dos prejuízos regularmente comprovados que houver sofrido, tendo ainda direito a:

13.5.1. pagamentos devidos pela execução do Contrato até a data da rescisão.

13.6. A rescisão por descumprimento das cláusulas contratuais acarretará a retenção dos créditos decorrentes do Contrato, até o limite dos prejuízos causados à CONTRATANTE, além das sanções previstas neste instrumento.

13.7. O termo de rescisão deverá indicar, conforme o caso:

13.7.1. Balanço dos eventos contratuais já cumpridos ou parcialmente cumpridos;

13.7.2. Relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos;

13.7.3. Indenizações e multas.

14. CLÁUSULA CATORZE - DA PUBLICAÇÃO

14.1. Incumbirá à CONTRATANTE providenciar a publicação do extrato deste Contrato na Imprensa Oficial, até o quinto dia útil do mês seguinte ao de sua assinatura, para ocorrer no prazo de 20 (vinte) dias daquela data.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 92

15. CLÁUSULA QUINZE - DO FORO

15.1. Fica eleito o foro da Comarca de Boca da Mata, Estado de Alagoas, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja, para dirimir quaisquer questões oriundas do presente Contrato.

E assim, por estarem de acordo, ajustados e contratados, após lido e achado conforme, as partes a seguir firmam o presente Contrato em 02 (duas) vias, de igual teor e forma, para um só efeito., na presença de 02 (duas) testemunhas abaixo assinadas.

Município de Boca da Mata, em xx de xxxxxx de 20xx.

_____ _____

Pela CONTRATANTE Pela CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

_____ _____

Nome: Nome:

CPF nº: CPF nº:

Identidade nº: Identidade nº:

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 93

Processo Administrativo nº 1018019/2013.
Modalidade: *Concorrência nº 001/2014.*
Objeto: *Contratação de Agência de Publicidade.*
Parte interessada: *Secretaria Municipal de Administração.*

PARECER PGM GAB Nº 0175/2014.

EMENTA: FASE INTERNA. PROCESSO LICITATÓRIO. MODALIDADE CONCORRÊNCIA. CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE. OBSERVÂNCIA DA LEI 8.666/93. REQUISITOS LEGAIS ATENDIDOS. CONTINUIDADE. REGULARIDADE. DEFERIMENTO.
I – CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE. AMPLA CONCORRÊNCIA.
II- SERVIÇO DISPONÍVEL NO MERCADO
III – OBSERVÂNCIA DA LEI FEDERAL 12.232/2010.

Vieram os presentes autos a esta Procuradoria Geral Municipal para análise inicial da solicitação da Secretaria Municipal de Administração para abertura de procedimento licitatório objetivando a contratação de Agência de Publicidade.

A tramitação do pedido, ora em análise, foi validamente autorizada pelo senhor Prefeito (fl. 04).

A Secretaria de Planejamento e Finanças deste município informou nos autos acerca da dotação orçamentária e disponibilidade financeira adequada e suficiente ao atendimento do pleito (fl. 05).

A Comissão Permanente de Licitações acostou ao caderno processual administrativo as Portarias de nomeações *(fls. 25 e 26)*, ocasião em que lançou o termo de abertura de procedimento licitatório *(fl. 27)*, acompanhado da minuta do edital de concorrência nº 001/2014 *(fls. 28/71)* e do contrato de prestação de serviços de publicidade *(fls. 72/92)*, encaminhando, ato contínuo, o presente procedimento administrativo a este Jurídico Municipal para análise inicial.

Consta que os instrumentos legais estão em consonância com a Lei federal n.º 12.232, de 29 de abril de 2010.

É, no essencial, o relatório.

II – DA FUNDAMENTAÇÃO JURÍDICA.

De início, cumpre salientar que a análise desta Procuradoria Jurídica resume-se ao exame da legalidade dos atos, devendo a conveniência e a oportunidade serem analisadas pelo Administrador Público.

EM BRANC

Pois bem. Segundo o Parágrafo único do art. 4º, da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, o procedimento licitatório se caracteriza ato administrativo formal. De acordo com a doutrina, a licitação pode ser analisada sob foco interno ou externo, assim denominadas de *fase interna* e *fase externa* da licitação.

Assim sendo, os autos foram corretamente enviados a esta Procuradoria Jurídica para análise da legalidade do procedimento, de acordo com o que dispõe o art. 38, parágrafo único da Lei nº 8666/93, a saber:

> **Art. 38. O procedimento da licitação será iniciado com a abertura de processo administrativo, devidamente autuado, protocolado e numerado, contendo a autorização respectiva, a indicação sucinta de seu objeto e do recurso próprio para a despesa, e ao qual serão juntados oportunamente:**
> **(...)**
> **Parágrafo único. As minutas de editais de licitação, bem como as dos contratos, acordos, convênios ou ajustes devem ser previamente examinadas e aprovadas por assessoria jurídica da Administração.** (negrito e grifo nosso)

Conquanto, em regra, na presente fase processual, cabe a Procuradoria Geral, órgão de assessoramento direto do Poder Executivo, a análise jurídica, de modo a se vislumbrar se a minuta do Edital e do Contrato atendem os requisitos previstos na Lei de Licitações e Contratos, a teor do que dispõe o art. 38, Parágrafo único, conforme anteriormente citado.

A modalidade de concorrência está previsto no art. 22, inciso I, § 1º, da Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993. Vejamos:

> **Art. 22. São modalidades de licitação:**
>
> **I – concorrência;**
> **(...)**
> **§ 1º - Concorrência é a modalidade de licitação entre quaisquer interessados que, na fase inicial de habilitação preliminar, comprovem possuir os requisitos mínimos de qualificação exigidos no edital para execução de seu objeto.** (negrito nosso)

Em análise do objeto contratual que se pretende licitar, é importante tecer alguns esclarecimentos, especialmente aqueles trazidos pela Lei federal n.º 12.232, de 29 de abril de 2010 *(Dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências.)*.

A nova legislação, acima citada, trouxe uma nova roupagem jurídica para a disciplina da licitação pública referente à contratação de serviços de publicidade.

EM BRANC

Com efeito, sabe-se que a nova legislação decorreu da necessidade de se melhor disciplinar esta peculiar contratação pública – *publicidade* - a partir de análises realizadas no âmbito do Tribunal de Contas da União, oportunidade em que, entre outras providências recomendadas, apontou-se:

> Convém destacar que, tomando-se como exemplo os trabalhos de auditoria realizados por esta Unidade Técnica, chega-se à conclusão que as falhas e irregularidades decorrem, em grande parte, de deficiência na legislação que regula a matéria, exigindo, portanto, em um primeiro momento, alterações nos normativos pertinentes, sob pena de inviabilizar não só a continuidade da prestação dos serviços de publicidade e propaganda do governo federal objeto dos contratos em vigor, como também, a médio prazo, qualquer contratação futura de tais serviços no âmbito da Administração Pública Federal. *(TCU, Relatório do TC n.º 013.142/2005-4, Acórdão n.º 2.062/2006 – Plenário, DOU de 15.03.2006).*

Na observação do Prof. Carlos Pinto Coelho Motta[1], o novel diploma legal *"revela a preocupação do legislador em proporcionar maior segurança jurídica ao agente da Administração Pública que contrata uma agência de publicidade; e, reciprocamente, oferecer melhores condições ao contratado, executor dos serviços, na colaboração com o Poder Público"*. Sobredito doutrinador, após contextualizar a legislação em referência, aponta, ao seu sentir, as principais inovações que surgiram com sua edição:

> No texto da lei, destacam-se, como temas básicos, a conceituação clara de "publicidade" para efeito de contratação; a institucionalização do Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) como órgão certificador de qualidade do setor; a vedação do pregão como modalidade de licitação; a determinação do critério de julgamento na licitação como "melhor técnica" ou "técnica e preço"; a composição de uma subcomissão de experts para julgar as propostas técnicas dos concorrentes ao certame.

E merece destaque, ainda, nessas considerações preliminares, a advertência do Tribunal de Contas da União constante do Acórdão n.º 3.233/2010 – Plenário, quando, em sede de reexame do Acórdão n.º 2.062/2006 –, determinou, observe-se:

> 9.1.1. modificar as redações dos subitens 9.1.9 e 9.6.2 do Acórdão n.º 2.062/2006 – Plenário, que passam a ter o seguinte teor:
>
> "9.19. oriente os integrantes do Sicom para que se abstenham de implementar ações de publicidade que não estejam estritamente vinculadas aos fins educativo, informativo ou de orientação social, em conformidade com o disposto no artigo 37, § 1º, da Constituição Federal, sendo vedada a publicidade que, direta ou indiretamente, caracterize promoção pessoal de autoridade ou de servidor público;"
>
> "9.6.2. vedação explícita da implementação de ações de publicidade que não estejam estritamente vinculadas aos fins educativo, informativo ou de orientação social, ou que, direta ou indiretamente, caracterizem promoção pessoal de autoridade ou de servidor público".

[1] in, Divulgação Institucional e Contratação de Serviços de Publicidade, Editora Fórum, 2010, p. 58.

EM BRANC

Assim, com a permanente preocupação de se respeitar o texto constitucional (art. 37, § 1º, da CR/88), conforme assinalado pelo Tribunal de Contas da União, orientação esta extensiva aos Estados e Municípios, da leitura que fiz da minuta do Edital tenho que o mesmo se encontra em conformidade com a Lei federal n.º 12.232, de 2010, merecendo algumas recomendações adiante identificadas.

Em relação ao objeto da licitação, tem-se que foi corretamente delimitado restringindo-se a licitação pública à contratação de *"serviços de publicidade"*, *"vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos de qualquer natureza"*, em atendimento ao art. 2º da Lei 12.232/2010.

Ressalte-se, inclusive, que ainda em sede de definição do objeto licitado, há a previsão de se permitir a realização de *"atividades complementares"*, que se trata de serviços especializados desde que intrinsicamente ligados aos serviços de publicidade, e desde que possua respaldo no art. 2º, § 1º, da citada Lei federal. Excluindo-se, por óbvio, atividades que não possuam relação direta com serviços de publicidade em consonância com a nova legislação. Neste sentido, o Prof. Carlos Pinto Coelho Motta (in, op. cit. p. 79), esclarece:

> Resta igualmente claro que todas as atividades arroladas, tanto as substantivas quanto as complementares, são interdependentes e formam um bloco homogêneo, autorizando-se, portanto, sua inclusão no objeto de um único certame. Trata-se da concepção de "agência completa", já referida em outro tópico deste estudo e, hoje, consagrada pela arte e técnica mercadológica.
>
> (...)
>
> Em lapidar decisão do TCU, citada em outros momentos deste estudo, foi severamente condenada a extrema abrangência do objeto licitado por determinada entidade pública, qualificado pela área técnica da referida Corte como "muito aberto". A decisão foi no sentido de delimitar e restringir com exatidão a ação de publicidade almejada:
>
> "9.2.1.8. o novo objeto a ser licitado não deve conter a possibilidade de contratação de serviços de assessoria de imprensa e de relações públicas, de organização de eventos, exposições e feiras, assim como de realização de pesquisas, que deverão ser objeto de processos licitatórios específicos, em consonância com entendimento já firmado nesta Corte de Contas, conforme Decisão n.º 650/1997 – Plenário".

Adite-se, também, que dentre os deveres de todo gestor público está o de atender aos princípios constitucionais da economicidade *(art. 70, caput da CF/88)* e os princípios correlatos da finalidade, razoabilidade e proporcionalidade.

Assim, vencidas as considerações pedagógicas, convém salientar, que a análise da fase interna leva em consideração os aspectos jurídicos da minuta do Edital e da minuta do Contrato, sendo que pontos relativos aos aspectos técnicos da prestação dos serviços são da competência da Secretária responsável/solicitante que conhece a necessidade da utilização dos mesmos.

EM BRANC

Fls. 97

In casu, sobre a modalidade de escolha da licitação pública e do seu critério de julgamento definidas pela minuta do Edital, quais sejam, concorrência pública do tipo técnica e preço, tem-se que se encontra em obediência ao comando do art. 5º, da Lei federal n.º 12.232, de 2010.

Desta forma, para atender à finalidade da natureza da contratação bem como o interesse da Administração Pública para uma maior economia no cumprimento do contrato é que se verifica juridicamente possível possibilidade de contratação ventilada, nos termos e requisitos pretendidos, insculpidos nas minutas de edital e contrato.

Em sendo assim, cumpre consignar que a fase interna obedeceu ao trâmite legal, tendo em vista que as minutas do Edital e do Contrato atendem, em linhas gerais, as exigências da Lei nº 8.666/1993.

III – DA CONCLUSÃO.

Ante a todo o exposto, esta Procuradoria Geral do Município, por sua signatária representante, **OPINA** pela **REGULARIDADE** e **CONTINUIDADE** da **CONCORRÊNCIA 001/2014**, eis que, em estrita observância aos ditames legais, aplicáveis a espécie.

Eis o parecer, salvo melhor juízo.

Devolva-se o presente feito à Comissão Permanente de Licitações para as demais etapas do certame.

Ciência aos interessados.

Boca da Mata/AL, 07 de abril de 2014.

LEILIANE MARINHO SILVA
Procuradora Geral do Município
OAB/AL 10.067 - Portaria nº 258/2014

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 98

BOCA DA MATA
ALAGOAS
VALORIZANDO NOSSA GENTE

EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

OBJETO:

Contratação de Agência de Publicidade

SESSÃO PÚBLICA:

27/05/2014

10:00hs

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 98

Protocolo de Recebimento de Edital

Concorrência nº 001/2014

Processo nº 1018-019/2013

Razão Social: _____

Nome Fantasia: _____ CNPJ Nº: _____

Endereço: _____

Fone(s)/Fax: _____ E-mail: _____

Contato: _____ Celular(es) contato: _____

Recebemos, nesta data, cópia do edital da Concorrência acima identificada, bem como seus respectivos anexos.

Local e data: _____, _____ de _____ de _____.

_____

Assinatura

Obs: Preenchimento com "letra de forma"

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 99

PROCESSO Nº 1018-019/2013

CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

O MUNICÍPIO DE BOCA DA MATA/AL, torna público para conhecimento dos interessados que na data, horário e local indicados fará realizar licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA**, do tipo TÉCNICA E PREÇO, conforme descrição contida neste Edital e seus Anexos. O procedimento licitatório obedecerá à Lei nº 12.232/2010, Lei nº 4.680/65 e Lei nº 8.666, de 1993, bem como à legislação correlata e demais exigências previstas neste Edital e seus Anexos.

Data de entrega e abertura dos envelopes: **27 de maio de 2014**

Horário: **10:00 (dez horas – horário local)**

Endereço: Endereço: Rua Ladislau Coimbra, nº 102, Centro (Referência: antiga casa da D. Ruth)

1. DO OBJETO

1.1. O objeto desta licitação é a , conforme as condições e as especificações constantes no edital e em seus anexos.

1.1.1. Compreendem os serviços de publicidade 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.

1.1.2. Também integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

a) à produção e à execução técnica das peças e projetos criados;

b) ao planejamento e à execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento relacionados a determinada ação publicitária;

c) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias desenvolvidas.

1.1.2.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 1.1.2, "b", terão a finalidade de:

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 99v

a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

b) aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;

c) possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.1.3. Não se confundem com o objeto desta licitação, estando, vedada, portanto, a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios.

1.1.4. Para a prestação de serviços será contratada uma Agência de Propaganda, doravante denominada AGÊNCIA, que tenha suas atividades disciplinadas pela Lei 4.680/65 e que tenha obtido o certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4o da Lei 12.232/2010.

1.1.4.1. A Agência atuará de acordo com solicitação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA.

1.1.4.2. A Agência atuará por conta e ordem da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução das atividades complementares a que se refere o subitem 1.1.1., e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão das mensagens publicitárias.

1.1.4.3. A Agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto desta licitação.

2. CONDIÇÕES GERAIS

2.1. A participação nesta Concorrência implica para a licitante:

a) a aceitação plena e irrevogável das normas constantes do presente Edital e dos seus Anexos;

b) a confirmação de que recebeu da Comissão o invólucro no 1, bem como todos os documentos e informações necessárias à participação nesta licitação;

c) a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor;

d) a responsabilidade pela veracidade das informações e dos documentos que apresentar durante a licitação;

2.2. Não será admitida nesta licitação a participação de pessoas jurídicas:

2.2.1. Com falência, recuperação judicial, concordata ou insolvência, judicialmente decretadas, ou em processo de recuperação extrajudicial;

2.2.2. Em dissolução ou em liquidação;

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Prefeitura Boca da Mata/AL
Fls. 100

2.2.3. Que estejam suspensas de licitar e impedidas de contratar com a Administração, nos termos do artigo 87, inciso III, da Lei nº 8.666, de 1993;

2.2.4. Que estejam proibidas de contratar com a Administração Pública, em razão de sanção restritiva de direito decorrente de infração administrativa ambiental, nos termos do artigo 72, § 8º, inciso V, da Lei nº 9.605, de 1998;

2.2.5. Que tenham sido declaradas inidôneas para licitar ou contratar com a Administração Pública;

2.2.6. Que sejam controladoras, coligadas ou subsidiárias entre si;

2.2.7. Estrangeiras que não funcionem no País;

2.2.8. Quaisquer interessados que se enquadrem nas vedações previstas no artigo 9º da Lei nº 8.666, de 1993.

2.3. Será permitida a participação de cooperativas, desde que apresentem modelo de gestão operacional adequado ao objeto desta licitação, com compartilhamento ou rodízio das atividades de coordenação e supervisão da execução dos serviços e do exercício do cargo de preposto, e desde que os serviços contratados sejam executados obrigatoriamente pelos cooperados, vedando-se qualquer intermediação ou subcontratação.

2.4. O descumprimento de qualquer condição de participação acarretará a inabilitação do licitante.

2.5. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas e Documentos de Habilitação exigidos nesta Concorrência, independentemente da condução ou do resultado da licitação.

3. RETIRADA DO EDITAL E ESCLARECIMENTO DE DÚVIDAS

3.1. A retirada deste Edital deverá ser realizada na sede da Comissão Permanente de Licitação, no Município de Boca da Mata/Al, no endereço Rua Ladislau Coimbra, nº 102, Centro, das 09 hs às 13 hs, em dias úteis

3.2. Os pedidos de esclarecimentos não constituirão, necessariamente, motivo para que se alterem a data e o horário da Reunião de Licitação.

3.3. A solicitação de esclarecimento não deve utilizar termos que possam propiciar a identificação da proposta da licitante perante a Subcomissão Técnica, quando do julgamento da Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária – invólucro nº 1.

3.4. A PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA dará conhecimento das consultas e respectivas repostas, sem informar a identidade da licitante consulente, exclusivamente por meio da internet, através do e-mail cplbocadamata.al@hotmail.com.

3.5. Cabe à licitante interessada acessar o referido endereço para conhecer as consultas e as respectivas respostas.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

3.6. As alterações do Edital que afetarem a formulação da proposta serão comunicadas aos interessados que o retiraram e divulgadas pela mesma forma que se deu com o texto original, reabrindo-se o prazo inicialmente estabelecido.

4. IMPUGNAÇÃO AO EDITAL

4.1. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Comissão, a licitante que não se manifestar até 02 (dois) dias anteriores à data de apresentação das Propostas e o cidadão/entidade que não se manifestar até 05 (cinco) dias anteriores à data de apresentação das propostas, apontando as falhas ou irregularidades que o viciaram.

4.2. Considera-se licitante, para efeito do subitem 4.1., a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma do subitem 3.1.

4.3. A impugnação deverá ser protocolada fisicamente de segunda a sexta-feira, das 8h00 às 14h00, na Sede da Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL, localizada no endereço **Rua Rosalvo Pinto Dâmaso nº 224, Praça Padre Cícero.**

4.4. A impugnação tempestiva não impede a licitante de participar da licitação, até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

4.5. A apresentação de impugnação após o prazo estipulado no subitem 4.1. ou sem o protocolo implica o seu recebimento como mera informação.

5. CREDENCIAMENTO DOS REPRESENTANTES

5.1. O licitante, ou o seu representante, deverá, no local, data e horário indicados no preâmbulo deste Edital, apresentar-se à Comissão Permanente de Licitação para efetuar seu credenciamento como participante desta Licitação, munido da sua carteira de identidade, ou de outro documento equivalente, e do documento que lhe dê poderes para manifestar-se durante os procedimentos relativos a este certame.

5.1.1. A não apresentação ou incorreção de quaisquer dos documentos de credenciamento não impedirá a participação do licitante no presente certame, porém impedirá o interessado de manifestar-se, de qualquer forma, durante a sessão, em nome do licitante.

5.2. Considera-se como representante do licitante qualquer pessoa habilitada, nos termos do estatuto ou contrato social, do instrumento público de procuração, ou particular com firma reconhecida, ou documento equivalente.

5.2.1. O estatuto, o contrato social ou o registro como empresário individual devem ostentar a competência do representante do licitante para representá-lo perante terceiros.

5.2.2. O instrumento de procuração público, ou particular com firma reconhecida, deve ostentar os necessários poderes para formulação de propostas e para a prática de todos os demais atos inerentes ao certame, devendo vir acompanhado dos documentos de constituição da empresa ou do registro como empresário individual.

5.3. Cada credenciado poderá representar apenas um licitante.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Fls. 101

5.4. Os documentos poderão ser apresentados em original, em cópia autenticada por cartório competente ou para ser autenticada pela Comissão Permanente de Licitação no início da sessão, mediante a apresentação do respectivo original, ou ainda por meio de publicação em órgão da imprensa oficial.

6. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

6.1. A licitante deverá elaborar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

QUESITOS	SUBQUESITOS
I – Plano de Comunicação Publicitária	Raciocínio Básico Estratégia de Comunicação Publicitária Idéia Criativa Estratégia de Mídia e Não Mídia
II – Capacidade de Atendimento	
III – Repertório	
IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

6.1.1. A Proposta Técnica deverá ser redigida em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente – com clareza e sem emendas ou rasuras.

QUESITOS:

I – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

6.2. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser constituído por caderno específico composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no briefing – Anexo 6 e nas orientações deste Edital, observadas especialmente as seguintes previsões:

I – formatação realizada conforme subitens 6.2.5. a 6.2.9.;

II – elaboração em 2 (duas) vias, quais sejam:

a) Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

i. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite, por si só, a identificação de sua autoria antes da abertura do invólucro nº 2.

b) Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

ii. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em exemplar com o mesmo conteúdo da Via Não Identificada – sem os exemplos de peças e/ou materiais da Ideia Criativa a que se refere o subitem 6.2.3.2. – e conter a identificação da licitante, assim como data e assinatura na última página e rubrica nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.

SUBQUESITOS:

6.2.1. Raciocínio Básico é um subquesito que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no briefing.

6.2.2. Estratégia de Comunicação Publicitária é um subquesito que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante apresentará as linhas gerais de sua Proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos geral e específicos de comunicação relacionados a esse desafio expressos no briefing, compreendendo:

I. explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu Raciocínio Básico, devem fundamentar a Proposta de solução publicitária;

II. 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.

6.2.3. Ideia Criativa é um subquesito por meio do qual a licitante apresentará proposta de campanha publicitária para a execução da sua Proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária.

6.2.3.1. Todas as peças e/ou materiais que compõem a campanha deverão ser listados em uma relação na qual, a critério da licitante, poderão ser inseridos comentários circunscritos à especificação de cada peça e/ou material e à explicitação das funções táticas que deles se pode esperar.

6.2.3.1.1. A relação deverá indicar as peças e/ou material que foram corporificados nos termos do subitem 6.2.3.2.

6.2.3.2. Da relação de peças e/ou material, a licitante deverá escolher e apresentar como exemplos os exemplos que julgar mais indicadas para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, os quais deverão observar as seguintes orientações:

I. Ser apresentados sob a forma de:

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 102

a) roteiro, leiaute e/ou storyboard impressos, para qualquer meio;

b) protótipo ou "monstro" para peças destinadas a rádio e internet;

c) storyboard animado ou animatic, para TV e cinema.

II. Limitar-se, sob pena de desclassificação, a 10 (dez) exemplos, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou da característica da peça e/ou material, observadas as seguintes regras:

a) cada redução e/ou variação de formato será considerada uma peça;

b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;

c) peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablete, assim como painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, adesivagem de fingers) será considerada uma peça, se o entendimento da mensagem depender da leitura do conjunto sequencial e uma peça sozinha não transmitir a mensagem completa da comunicação;

d) um hotsite e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;

e) um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;

f) um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças.

6.2.3.2.1. Só serão aceitos exemplos de peças e/ou material não finalizados.

6.2.3.2.2. Para a produção dos exemplos de peças ou material não serão aceitas capturas de vídeo.

6.2.3.2.3. Na elaboração do animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução.

6.2.3.2.4. Cada exemplo de peça e/ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: "cartaz", "filme TV", "spot rádio", "anúncio revista", "monstro internet") formatada conforme previsão do subitem 6.2.5., VIII, destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e/ou materiais a que se refere o subitem 6.2.3.1.

6.2.3.2.5. Os storyboard animados, animatics, protótipos e monstros deverão ser apresentados em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, nos formatos universais, a exemplo de:

I. storyboards animados e animatics, para TV e cinema: avi, mov. wmv, mpeg, vob;

II. protótipos e monstros, para rádio: mp3, wma;

III. protótipos e monstros, para internet: pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

6.2.3.2.6. Os exemplos de peças e/ou material devem ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do invólucro no1, observado o disposto no subitem 8.2.2., II.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

6.2.3.2.6.1. Peças que não se ajustem às dimensões do invólucro no 1 poderão ser dobradas.

6.2.3.2.6.2. 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 passe-partout.

6.2.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia é um subquesito que deverá ser desenvolvido por meio de textos, tabelas, gráficos e/ou planilhas nos quais deverá ser apresentada:

I. justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida pela licitante e em função da verba referencial indicada no briefing;

II. simulação do plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e/ou materiais constantes da relação prevista no subitem 6.2.3.1.

6.2.4.1. Da simulação do plano de distribuição deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

I – período de distribuição das peças e/ou material;

II – quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

III – valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

IV – valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;

V – quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não mídia;

VI – valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não mídia:

6.2.4.1.1. Para fins desta Concorrência, consideram-se Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e/ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.

6.2.4.2. A simulação do plano de distribuição deverá observar ainda as seguintes condições:

I – os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação;

II – deve ser desconsiderado o repasse da parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da lei 4.680/65;

III – devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

FORMATAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Prefeitura de Boca da Mata/AL
Fls. 103

6.2.5. O caderno específico que compõe o Plano de Comunicação Publicitária deverá observar a seguinte formatação:

I – caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda;

II – capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², ambas em branco.

III – conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato;

IV – espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;

V – títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

VI – espaçamento "simples" entre linhas e, opcionalmente, "duplo" após título e entretítulos e entre parágrafos;

VII – alinhamento justificado do texto;

VIII – texto de páginas em fonte "arial", cor "preto automático", tamanho "12 pontos";

IX – numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos.

6.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças e/ou materiais prevista no subitem 6.2.3.1. estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas nesse limite a capa e a contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquesitos.

6.2.6.1. Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.

6.2.7. Os exemplos de peças e/ou materiais integrantes do subquesito Ideia Criativa deverão ser apresentados:

I. separadamente (soltas) do caderno de que trata o subitem 6.2.5.;

II. adequados às dimensões do invólucro no 1, cabendo à licitante observar o disposto no subitem 8.2.2, II;

6.2.8. As tabelas e os gráficos integrantes dos subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão:

I – ser editados em cores;

II – ter seu conteúdo editado com a fonte "arial", tamanho "10 pontos";

III – ser apresentados em papel A3 dobrado, que será considerado 02 (duas) páginas para efeito do subitem 6.2.6.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 1037
Visto

BOCA DA MATA
VALORIZANDO NOSSA GENTE
Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls.

6.2.9. As tabelas, os gráficos e as planilhas integrantes do subquesitos Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

I – ser editados em cores;

II – ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos, não sendo exigida formatação de margem específica;

III – ser apresentados em papel A3 dobrado.

II – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

6.3. A Capacidade de Atendimento da licitante deverá ser constituída por caderno específico composto de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e/ou outros recursos por meios dos quais a licitante discriminará:

I – a relação nominal dos seus principais clientes na data da apresentação das Propostas, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

II – a quantificação e a qualificação dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

a) a qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais.

b) os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA.

III – as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato.

IV – a sistemática de atendimento e os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração do plano de mídia;

V – as informações de marketing e comunicação, as pesquisas de audiência e a auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

6.3.1. Os documentos e as informações que compõem o caderno específico mencionado no subitem 6.3. deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4 ou A3 dobrado, com ou sem o uso de cores, 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.

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

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 104

III – REPERTÓRIO

6.4 O Repertório será constituído de peças e/ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante, agrupados em caderno específico.

6.4.1. No caderno específico do Repertório deverão ser apresentadas 10 (dez) peças e/ou materiais, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado o seguinte:

I – as peças e/ou materiais devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1o de janeiro de 2007;

II – as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas);

III – as peças gráfica poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas);

a) Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.

IV – as peças e/ou materiais não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA seja ou tenha sido signatária;

V – formatação na orientação retrato, em fonte "arial", tamanho "12 pontos", com ou sem o uso de cores, 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;

VI – edição em papel A4 ou A3, preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação das dimensões originais das peças neles contidas.

6.4.1.1. Para cada peça e/ou material previsto no subitem 6.4.1., deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, além de 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.

6.4.1.2. A apresentação de peças e/ou material em número inferior ao exigido no subitem 6.4.1. implica, para esse quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.

6.4.1.2.1. A proporcionalidade a que se refere o subitem 6.4.1.2 será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 9.3., III.

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

IV – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Fls. _____

6.5. A licitante deverá apresentar, em caderno específico, 2 (dois) 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.

6.5.1. As propostas de que trata o subitem 6.5. devem ter recebido autorização para sua produção ou ter sido veiculadas a partir de 1o de janeiro de 2007.

6.5.2. A apresentação de apenas 1(um) relato no caderno específico implica, para esse quesito, pontuação máxima equivalente à metade da pontuação máxima prevista no subitem 9.3., IV.

6.5.3. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA seja ou tenha sido signatária.

6.5.3.1. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, mediante a rubrica do autor do referendo em todas as suas páginas.

6.5.3.2. Na última página do relato, deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário, acompanhada do seu nome e cargo ou função.

6.5.4. Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e/ou material – não computados no limite de páginas a que se refere o subitem 6.5. – independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

I – as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas);

II – as peças gráficas poderão integrar o caderno específico mencionado no subitem 6.5., ou ser apresentadas separadamente (soltas), preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais:

a) se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.

III – para cada peça e/ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com os dados técnicos de produção e/ou veiculação.

6.5.5. Os documentos e as informações que compõem o caderno específico mencionado no subitem 6.5. deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4, com ou sem o uso de cores, 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 seu atos constitutivos.

6.5.5.1. Qualquer página com os documentos e as informações do caderno específico poderá ser editada em papel A3 dobrado, caso em que, para fins do limite previsto no subitem 6.5., o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Fls. 105

7. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

7.1. A Proposta de Preço deverá ser elaborada conforme modelo constante do Anexo 3, informando o percentual de honorário incidente sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material, assim como à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, e o desconto a ser concedido nos custos internos, calculados sobre a Tabela Referencial da ABAP – Associação Brasileira de Agências de Publicidade, nos termos do art. 11 da Lei 4.680/65, observando-se ainda que:

I - não será aceito percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) e nem abaixo de 10% (dez por cento) sobre serviços externos de produção;

II – não será aceito desconto superior a 30% (trinta por cento) sobre a Tabela Referencial da ABAP.

III – não serão aceitos honorários com desconto superior a 20% (vinte por cento) e inferior a 10% (dez por cento) sobre o custo dos serviços de criação e de desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, quando realizados externamente e intermediados pela Agência.

IV – Os honorários incidentes sobre serviços de pesquisas de pré-testes e pós-testes sobre campanhas e peças publicitárias desenvolvidas pela agência acompanharão a disposição do item 7.1., I acima.

V – se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será validado o percentual por extenso;

VI – o percentual proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração sob alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto;

VII – o percentual proposto deverá contemplar todos os custos e despesas, diretos e indiretos, necessários à plena execução dos serviços objeto desta licitação, tais como despesas com pessoal, administração e encargos (obrigações sociais, impostos, taxas etc.);

VIII – os honorários propostos deverão observar o item 15;

IX– A Proposta de Preço deverá ter declaração da licitante:

a) comprometendo-se a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA as vantagens obtidas;

b) informando estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Cláusula Nona do Anexo 5 – Minuta de Contrato.

7.2. A Proposta de Preço poderá adotar o modelo sugerido (Anexo 3) e deverá ser:

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

i. datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos;

ii. firme e precisa, sem propostas alternativas ou condicionadas que induzam o julgamento a ter mais de um resultado.

7.2.1. Serão analisadas apenas as Propostas de Preço das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas.

7.2.2. A classificação das Propostas de Preço observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, sendo considerada a de menor preço aquela que receber melhor pontuação, referente à concessão de percentual de honorários sobre produção externa e de percentual de descontos sobre a Tabela Referencial da ABAP.

7.2.3. O prazo de validade da Proposta de Preço deverá ser de, no mínimo, 60 (sessenta) dias, a contar da data de abertura da Reunião de Licitação, indicada na epígrafe deste Edital.

8. DISPOSIÇÕES GERAIS

8.1 A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão acondicionada em três invólucros distintos, conforme subitens 8.2., 8.3. e 8.4., e a Proposta de Preço, no invólucro no 4, conforme subitem 8.5., na data, hora e local indicados no tópico "Reunião de Licitação" do preâmbulo deste Edital.

8.1.1 O invólucro no 1 será padronizado e fornecido pela PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA mediante solicitação formal da licitante à Comissão pelo e-mail cplbocadamata.al@hotmail.com ou de segunda a sexta-feira, das 8:30 hs às 14:00hs, no endereço Rua Ladislau Coimbra, nº 102, Centro.

8.1.1.1. O invólucro no 1 deverá ser retirado por portador da empresa que dará recibo, no qual constarão os seguintes dados da empresa: nome empresarial, CNPJ, endereço, telefone e e-mail.

8.1.2. Os invólucros no 2, no 3 e no 4, serão providenciados pela licitante e deverão ser adequados às características de seu conteúdo, desde que invioláveis quanto às informações de que tratam até sua abertura.

INVÓLUCRO Nº 1

8.2. No invólucro nº 1, invólucro padronizado fornecido pela PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA, deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que trata o subitem 6.2, caput e inciso II, "a".

8.2.1. O invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

8.2.2. Para preservar, até a abertura do invólucro nº 2, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o invólucro nº 1 não poderá:

I. Apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite a identificação da licitante antes da abertura do invólucro nº 2;

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Fls. 106

II. Estar danificado ou deformado pelas peças, materiais e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

INVÓLUCRO Nº 2

8.3. No invólucro nº 2, deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 6.2., caput e inciso II, "b". 8.3.1. O invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

PROPOSTA TÉCNICA – INVÓLUCRO Nº. 2
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA
PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA
CONCORRÊNCIA Nº 001/2014
EMPRESA: (indicar o nome empresarial da licitante)
CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

INVÓLUCRO Nº 3

8.4. No invólucro nº 3, deverão estar acondicionados os cadernos específicos, documentos e informações referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 6.3. a 6.5. 8.4.1. O invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

PROPOSTA TÉCNICA – INVÓLUCRO Nº 3
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA
CONCORRÊNCIA Nº 001/2014
EMPRESA (indicar o nome empresarial da licitante)
CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

8.4.1. O invólucro nº 3, assim como os cadernos específicos, documentos e informações que o compõem, não poderá ter informação, marca, sinal etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro nº 2.

INVÓLUCRO Nº 4

8.5. O invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

PROPOSTA DE PREÇO – INVÓLUCRO Nº 4
PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA
CONCORRÊNCIA Nº 001/2014
EMPRESA (indicar o nome empresarial da licitante)
CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

9. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 1060
Visto

BOCA DA MATA
ALAGOAS
VALORIZANDO NOSSA GENTE
Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls.

9.1. O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de TÉCNICA E PREÇO, nos termos do art. 5º da Lei 12.232/2010 e dos arts. 45, parágrafo 1º, III e 46, parágrafo 2º, incisos I e II da Lei 8.666/93, sendo estabelecido o peso 0,80 para a Proposta Técnica e o peso 0,20 para a Proposta de Preço.

9.2. O julgamento das Propostas Técnicas será realizado pela Subcomissão Técnica, prevista no item 11, que julgará conforme os seguintes atributos dos quesitos e subquesitos desenvolvidos pela licitante:

I – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

a)Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão sobre:

– as informações apresentadas no Briefing

– o desafio de comunicação

– as necessidades de comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA para enfrentar o desafio de comunicação.

b)Estratégia de Comunicação Publicitária

i. Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da PREFEITURA e ao desafio de comunicação;

ii. Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;

iii. Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA com seus públicos;

iv. Adequação e exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação;

v. Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;

vi. Capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seu público, os objetivos geral e específicos de comunicação e a verba disponível.

c)Ideia Criativa

i. Adequação ao desafio de comunicação;

ii. Adequação à Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida pela licitante;

iii. Adequação ao universo cultural do público-alvo;

iv. Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 107

v. Originalidade da combinação dos elementos que a constituem;

vi. Simplicidade da forma sob a qual se apresenta;

vii. Pertinência às atividades de comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico;

viii. Desdobramentos comunicativos que enseja conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados;

ix. Exequibilidade das peças e/ou materiais;

x. Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou nos materiais aos meios e aos públicos propostos.

d)Estratégia de Mídia e Não Mídia

i. Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público-alvo;

ii. Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;

iii. Consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou dos materiais em relação aos dois subitens anteriores (9.2, I, d, "i" e "ii");

iv. Pertinência e oportunidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA;

v. Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou materiais;

vi. Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

II – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

a) Porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;

b) Experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;

c) Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA;

d) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;

e) Operacionalidade do relacionamento entre a PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA e a licitante, esquematizado na proposta;

f) Relevância e 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

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

à disposição da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

III – REPERTÓRIO

a) Ideia Criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs resolver;

b) Qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material;

c) Clareza da exposição das informações prestadas.

IV – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

a) Evidência de planejamento publicitário;

b) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;

c) Relevância dos resultados apresentados;

d) Concatenação lógica da exposição.

9.3. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada considerando as seguintes pontuações máximas de cada quesito e subquesito:

I – Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)

a) Raciocínio Básico: 5 (cinco)

b) Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)

c) Ideia criativa: 25 (vinte e cinco)

d)Estratégia de Mídia e Não Mídia – 15 (quinze)

II – Capacidade de Atendimento: 15 (quinze)

III – Repertório: 10 (dez)

IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 10 (dez)

9.3.1. Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e subquesitos, de acordo com a pontuação máxima prevista no item 9.3., obedecidos intervalos de 0,5 (meio) ponto.

9.3.2. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos a ele ou a seus subquesitos pelos membros da Subcomissão Técnica.

9.3.3. 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

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Prefeitura da Boca da Mata/AL
Fls. 108

pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

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

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

9.4. Será desclassificada a licitante que:

I – não observar as determinações e as exigências deste Edital;

II – obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos de sua Proposta Técnica;

III – não alcançar, no julgamento de sua Proposta Técnica, a nota mínima de 80 (oitenta) pontos;

IV – tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas.

9.5. Será considerada mais bem classificada, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior nota, observadas as condições mínimas indicadas no subitem 9.4., II e III.

9.6. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das licitantes mais bem classificadas nesta fase, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos subquesitos Ideia Criativa, Estratégia de Comunicação Publicitária, Estratégia de Mídia e Não Mídia e nos quesitos Capacidade de Atendimento, Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e Repertório. 9.6.1. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 12.9., ou em ato público marcado pela Comissão, para o qual serão convidadas todas as licitantes.

9.7. Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas Técnicas a licitante mais bem classificada na Proposta Técnica.

JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

9.8. Na sessão pública designada pela Comissão de Licitações serão abertos os Invólucros nº 4 – Proposta Comercial que serão rubricados pela Comissão de Licitação e pelas agências presentes.

9.8.1. Uma vez classificadas as Propostas Comerciais, será composto o preço de referência através da fixação dos menores custos de todas as propostas das licitantes classificadas tecnicamente, ou seja, a referência deverá representar a maior vantagem ofertada, extraindo-se de todas as classificadas os itens de melhor preço (menores honorários e maiores descontos, nos limites estabelecidos por este edital) de forma que seja auferida a maior vantagem econômica aos cofres públicos.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

9.8.2. Feita a classificação das Propostas Comerciais, serão avaliadas e valoradas as propostas segundo os critérios abaixo:

a) Desconto sobre honorários de produção externa, fixados nos limites estabelecidos no quesito 7., I:	
- maior desconto:	20 pontos
- segundo maior desconto:	15 pontos
- terceiro maior desconto:	12 pontos
- quarto maior desconto:	10 pontos
- demais descontos:	5 pontos
b) Desconto sobre a Tabela de Custos da ABAP, fixados nos limites estabelecidos no quesito 7, II:	
- maior desconto:	20 pontos
- segundo maior desconto:	15 pontos
- terceiro maior desconto:	12 pontos
- quarto maior desconto:	10 pontos
- demais descontos:	5 pontos
c) Desconto sobre honorários incidentes sobre custos dos serviços de criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, quando realizados externamente e intermediados pela Agência:	
- maior desconto:	20 pontos
- segundo maior desconto:	15 pontos
- terceiro maior desconto:	12 pontos
- quarto maior desconto:	10 pontos
- demais descontos:	5 pontos

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

9.8.3. Será considerada a melhor proposta comercial aquela que atingir a maior pontuação através da fórmula abaixo:

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 109

NFPC = Nota Final da Proposta Comercial

D1 – Desconto concedido sobre honorários de produção externa

D2 – Desconto sobre a Tabela de Custos

$$NFPC = \frac{D1 + D2}{2}$$

JULGAMENTO DA MELHOR PROPOSTA, APLICANDO-SE A MÉDIA PONDERADA ENTRE A MELHOR PROPOSTA TÉCNICA E A MELHOR PROPOSTA DE PREÇOS

9.9. A Pontuação Final será obtida através da fórmula abaixo, conforme previsto no art. 46, parágrafo 2º, incisos I e II, da Lei 8.666/93:

PF = (NFPT X 0,80) + (NFPC X 0,20)

PF = Pontuação Final

NFPT = Pontuação Final relativa à Proposta Técnica

NFPC = Pontuação Final relativa à Proposta Comercial

9.9.1 Havendo empate, o desempate se dará através da atribuição da maior nota aos quesitos da proposta técnica, na seguinte ordem:

a) Estratégia de Comunicação Publicitária;

b) Ideia Criativa;

c) Raciocínio Básico e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

9.9.2. Após a utilização do critério de desempate disposto no item 9.9.1., persistindo o empate, a decisão se fará através de sorteio.

9.9.3. Não se considerará nenhuma oferta ou vantagem não prevista no Edital, nem percentual de desconto ou vantagem, baseado em ofertas de outras licitantes.

9.9.4. Não se admitirá proposta que apresente percentual de descontos simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços de mercado.

9.9.5. Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas a licitante mais bem classificada no julgamento final, com a aplicação da média ponderada, entre as Propostas Técnicas e de Preços, observado o disposto no subitem quesito 9.9.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL Fls. 1095 Visto

BOCA DA MATA ALAGOAS VALORIZANDO NOSSA GENTE

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL Fls. _____

10. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

10.1. As licitantes cujas Propostas Técnica e de Preço tenham sido classificadas deverão entregar os Documentos de Habilitação no dia, hora e local estipulados pela Comissão.

10.1.1. A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 12.12.

10.2. Os Documentos de Habilitação deverão estar acondicionados no invólucro no 5, que deverá ser apresentado fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO – INVÓLUCRO Nº 5
PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA
CONCORRÊNCIA Nº 001/2014
EMPRESA: (indicar o nome empresarial da licitante)
CNPJ: (indicar o CNPJ da licitante)

10.2.1. O invólucro nº 5 será providenciado pela licitante e deverá ser adequado às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

10.3. Para a habilitação, o licitante deverá apresentar os documentos a seguir relacionados:

10.3.1. Os documentos poderão ser apresentados em original, em cópia autenticada por cartório competente ou para ser autenticada pela Comissão Permanente de Licitação na própria sessão, conforme forem sendo abertos os envelopes de habilitação, mediante a apresentação do respectivo original, ou ainda por meio de publicação em órgão da imprensa oficial.

10.3.2. Relativos à Habilitação Jurídica:

a. **No caso de empresário individual**: inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede, acompanhado de todas as eventuais alterações;

a.1. Os documentos acima deverão estar acompanhados do documento de identificação do titular da empresa;

b. **No caso de sociedade empresária ou empresa individual de responsabilidade limitada - EIRELI**: ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado na Junta Comercial da respectiva sede, acompanhados de todas as eventuais alterações ou da consolidação respectiva;

b.1. Os documentos acima deverão estar acompanhados do(s) documento(s) de identificação de seu(s) administrador(es);

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
BOCA DA MATA
ALAGOAS
Fls. 110

c. **No caso de sociedade simples**: inscrição do ato constitutivo no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede, acompanhada de prova da indicação do(s) seu(s) administrador(es);

d. **No caso de cooperativa**: ata de fundação e estatuto social em vigor, com a ata da assembleia que o aprovou, devidamente arquivado na Junta Comercial ou inscrito no Registro Civil das Pessoas Jurídicas da respectiva sede, bem como o registro de que trata o art. 107 da Lei nº 5.764, de 1971;

e. **No caso de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País**: decreto de autorização;

f. Quando os documentos acima, cabíveis conforme a natureza do licitante, já tenham sido todos devidamente apresentados e juntados no credenciamento, não se fará necessária nova apresentação;

10.3.3. Relativa à Qualificação Econômico-Financeira:

a. Certidão negativa de falência ou recuperação judicial, ou liquidação judicial, ou de execução patrimonial, conforme o caso, expedida pelo distribuidor da sede do licitante, ou de seu domicílio, dentro do prazo de validade previsto na própria certidão, ou, na omissão desta, expedida a menos de 60 (sessenta) dias contados da data da sua apresentação;

b. Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, inclusive com os termos de abertura e encerramento, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de 3 (três) meses da data de apresentação da proposta;

b.1. O balanço patrimonial deverá estar assinado por contador ou por outro profissional equivalente, devidamente registrado no Conselho Regional de Contabilidade;

b.2. As empresas constituídas no exercício em curso deverão apresentar cópia do balanço de abertura ou cópia do livro diário contendo o balanço de abertura;

b.3. Caso o licitante seja cooperativa, tais documentos deverão ser acompanhados da última auditoria contábil-financeira, conforme dispõe o artigo 112 da Lei nº 5.764, de 1971, ou de uma declaração, sob as penas da lei, de que tal auditoria não foi exigida pelo órgão fiscalizador;

b.4. A boa situação financeira do licitante será avaliada pelos Índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), iguais ou maiores que 1 (um), resultantes da aplicação das fórmulas abaixo, com os valores extraídos de seu balanço patrimonial e apresentados através de demonstrativo de cálculo dos referidos índices, assinado por contador ou por outro profissional equivalente, devidamente registrado no Conselho Regional de

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Contabilidade:

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

$$SG = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante + Passivo Não Circulante}}$$

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

b.5. O licitante que apresentar índices econômicos inferiores a 1 (um) em qualquer dos índices de Liquidez Geral, Solvência Geral e Liquidez Corrente deverá comprovar que possui capital social mínimo equivalente a 10% (dez por cento) do valor total estimado da contratação ou do item pertinente, através de certidão expedida pela Junta Comercial da respectiva sede.

10.3.4. Relativos à Regularidade Fiscal e Trabalhista:

a. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica;

b. Prova de inscrição no cadastro de contribuintes municipal, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

c. Prova de regularidade com a Fazenda Federal, mediante certidão conjunta negativa de débitos, ou positiva com efeitos de negativa, relativos aos tributos federais e à Dívida Ativa da União;

d. Prova de regularidade para com a Fazenda Estadual, do domicílio ou sede do licitante;

e. Prova de regularidade para com a Fazenda Municipal, do domicílio ou sede do licitante;

f. Prova de regularidade relativa à Seguridade Social, mediante certidão negativa de débitos, ou positiva com efeitos de negativa, relativos às contribuições previdenciárias e às de terceiros;

g. Prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS), mediante Certificado de Regularidade do FGTS;

h. Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), ou certidão positiva com efeitos de negativa.

11.2.1.1. Sob pena de inabilitação, as certidões relativas à regularidade fiscal deverão ter sido expedidas a menos de 60 (sessenta) dias contados da data da sua apresentação, quando estas não tiver prazo de validade estabelecido pelo órgão competente expedidor;

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

BOCA DA MATA ALAGOAS VALORIZANDO NOSSA GENTE
Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 111

11.2.1.2. O licitante microempresa ou empresa de pequeno porte, ou cooperativa enquadrada no artigo 34 da Lei nº 11.488, de 2007, deverá apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação de regularidade fiscal, mesmo que esta apresente alguma restrição, sob pena de ser inabilitado.

10.3.5. Relativos à Qualificação Técnica:

a. certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei 12.232/2010, art. 4º e seu parágrafo primeiro, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP);

b. declaração(ões) expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante presta (ou) à(s) declarante(s) serviço de publicidade cujas atividades sejam, pelo menos, similares às do objeto deste Edital, conforme Anexo 4;

10.3.6. A licitante também deverá incluir no invólucro nº 5 declaração elaborada conforme modelo do Anexo 2, afirmando:

I – conhecimento do instrumento convocatório;

II – atendimento ao art. 27, inciso V, da Lei 8.666/93;

III – inexistência de impedimento para a participação;

10.4. Não serão aceitos "protocolos de entrega" ou "solicitação de documentos" expedidos por quaisquer órgãos, em substituição aos documentos exigidos neste Edital.

10.5. A verificação pela Comissão nos sites oficiais das entidades emissoras de certidões constitui meio legal de prova.

10.6. Serão consideradas habilitadas as licitantes classificadas que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital.

11. SUBCOMISSÃO TÉCNICA

11.1. Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão, na forma do art. 10 da Lei 12.232/10, com exceção da análise e do julgamento das Propostas Técnicas.

11.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 3 (três) membros formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

11.2.1. Dois dos membros da Subcomissão Técnica não terão vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA.

11.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica ocorrerá por sorteio, em sessão pública, dentre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 9 (nove) integrantes, previamente cadastrados pela PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA.

11.3.1. A relação de nomes será publicada no Diário Oficial do Estado de Alagoas, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

11.3.2. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação de nomes, mediante apresentação de justificativa à Comissão.

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

11.3.2.2. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item 11.

11.3.2.3. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 11.3.

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

11.3.3. A sessão pública para o sorteio será realizada em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 11.3.1. e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

11.3.4. O sorteio, processado pela Comissão, será realizado em duas etapas:

I – 1 (um) membro que não tenha vínculo com a PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA;

II – 2 (dois) membros que tenham vínculo com a PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA.

11.3.5. Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica, quando solicitado pela Comissão, manifestar-se sobre eventuais recursos de licitantes relativos ao julgamento das Propostas Técnicas.

12. REUNIÃO DE LICITAÇÃO

12.1. A reunião de licitação será realizada em 4 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação.

12.1.1. Todos os fatos relevantes, pertinentes ao objeto da licitação, ocorridos durante a Reunião de Licitação, serão registrados em ata circunstanciada.

12.2. A participação de representante de qualquer licitante ocorrerá mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 5.2.

12.3. Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns dentre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas Técnicas, de Preço e os Documentos de Habilitação nas respectivas sessões públicas.

12.4. Aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes poderão ser relevados pela Comissão, se constantes dos documentos submetidos

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Fls. 128

à análise e ao julgamento da Subcomissão Técnica, por esta Subcomissão, desde que não firam o entendimento da proposta e o ato não acarrete violação dos princípios básicos da licitação.

12.5. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preço.

12.6. A Comissão poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

12.7. Se os invólucros lacrados das licitantes desclassificadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados da homologação desta Concorrência, prazo após o qual serão destruídos.

PRIMEIRA SESSÃO

12.8. A abertura da sessão pública de licitação será realizada no dia, hora e local previstos no preâmbulo deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

I – identificação dos representantes das licitantes, por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.2.;

II – apresentação à Comissão dos invólucros nº 1, 2, 3 e 4.

III – exame da conformidade dos invólucros com as disposições deste Edital;

IV – rubrica no fecho dos invólucros nº 2 e 4 e subsequente acondicionamento desses invólucros em receptáculo específico com rubrica no seu respectivo fecho pela Comissão e pelos representantes das licitantes;

V – abertura dos invólucros nº 1 e 3, exame e rubrica de seus respectivos conteúdos pela Comissão e pelos representantes das licitantes presentes.

12.8.1. Após o encerramento do prazo para recebimento dos invólucros, o qual será declarado pela Comissão na sessão pública, nenhum outro invólucro, documento ou embalagem será recebido.

12.8.2. O invólucro nº 1, com a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão se:

I – não apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite sua identificação ou a identificação da licitante antes da abertura do invólucro nº 2;

II – não estiver danificado ou deformado pelas peças, materiais e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

12.8.2.1. O não recebimento do invólucro nº 1 implica o não recebimento dos demais invólucros da licitante e seu consequente impedimento de participar da Concorrência.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 112v
Visto
Fls.

12.8.3. A Comissão, antes da abertura dos invólucros nº 1, adotará medidas para evitar que seus membros e/ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

12.8.4. A Comissão não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros nº 1 nem nos documentos que compõem a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

12.8.5. Se, ao examinar e/ou rubricar os conteúdos dos invólucros nº 1 e 3, for constatada ocorrência que possibilite inequivocamente a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

12.8.6. Os invólucros nº 2 e 4 permanecerão fechados sob a guarda e a responsabilidade da Comissão.

12.8.7. Abertos os invólucros nº 1 e 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, salvo por motivo justo, decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão.

12.8.8. A análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos invólucros nº 1 e 3 observarão os seguintes procedimentos:

I – encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos invólucros nº 1, com as Vias Não Identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;

II – análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das Vias Não Identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;

III – elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilhas com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso;

IV – encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos invólucros nº 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

V – análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

VI – elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso.

12.8.9. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com fundamento no subitem 9.4., I, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
BOCA DA MATA ALAGOAS VALORIZANDO NOSSA GENTE
Fls. 113

12.8.9.1. O disposto no subitem 12.8.9. não se aplica aos casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura dos invólucros nº 2.

12.8.10. As planilhas previstas nos incisos III e VI do subitem 12.8.8. conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária apresentado pelas licitantes e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

SEGUNDA SESSÃO

12.9. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (invólucros nº 1 e 3), as respectivas planilhas de julgamento e os demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão convocará as licitantes para participar da segunda sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

I – identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença;

II – abertura do receptáculo contendo os invólucros nº 2 e 4;

III – abertura e rubrica do conteúdo dos invólucros nº 2 e rubrica no fecho do invólucro nº 4;

IV – cotejo das Vias Não Identificadas (invólucro nº 1) com as Vias Identificadas (invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;

V – elaboração da planilha geral com o somatório das pontuações atribuídas ao Plano de Comunicação Publicitária e, separadamente, aos demais quesitos de cada Proposta Técnica;

VI – proclamação do resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;

VII – adoção dos procedimentos previstos no subitem 9.6., em caso de empate, após a decisão final, inclusive das Propostas de Preço;

VIII – informação de que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será divulgado na forma da lei, com indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação.

TERCEIRA SESSÃO

12.10. A Comissão convocará as licitantes classificadas para participar da terceira sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

I – identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença;

II – abertura dos invólucros nº 4, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e representantes das licitantes presentes;

III – julgamento das Propostas de Preço com a identificação das propostas de menores preços e divulgação do resultado aos representantes das licitantes presentes;

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

IV – declaração das vencedoras do julgamento final das Propostas, quais sejam, as 5 (cinco) licitantes mais bem classificadas na média ponderada, de acordo com os respectivos pesos, na Proposta Técnica e na Proposta de Preços;

V – informação de que o resultado do julgamento final das Propostas será divulgado na forma da lei, com indicação da ordem de classificação.

QUARTA SESSÃO

12.11. A Comissão convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas para participar da quarta sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

I – identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença;

II – recebimento e abertura dos invólucros nº 5, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e pelos representantes das licitantes presentes;

III – informação de que o resultado dá habilitação será divulgado na forma da lei, com indicação dos proponentes habilitados e dos inabilitados;

12.12. Na hipótese de todas as Propostas de Preço serem desclassificadas ou de todas as licitantes serem inabilitadas, a Comissão poderá fixar as licitantes o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de novos documentos ou de outras propostas escoimadas das causas que tenham determinado, respectivamente, a desclassificação ou a inabilitação.

12.12.1. A nova documentação deve ser apresentada na forma prevista neste Edital, e entregue em sessão pública.

12.13. Decididos os recursos e constatada a regularidade dos atos praticados, a autoridade competente, observado o subitem 1.3.1., homologará e adjudicará seu objeto à licitante vencedora.

13. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

13.1. Dos atos da Administração, praticados no curso desta licitação, serão admitidos os seguintes recursos:

13.1.1. Recurso hierárquico, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar da intimação do ato, ou da lavratura da ata de reunião, nos casos de:

13.1.1.1. habilitação ou inabilitação da licitante;

13.1.1.2. julgamento das propostas;

13.1.1.3. anulação ou revogação da licitação;

13.1.1.4. indeferimento do pedido de inscrição em registro cadastral, sua alteração ou cancelamento;

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 114

13.1.1.5. rescisão do Contrato por ato unilateral da Administração, nos casos a que se refere o inciso I do artigo 79 da Lei nº 8.666, de 1993;

13.1.1.6. aplicação das penas de advertência, suspensão temporária ou de multa.

13.1.2. Representação, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar da intimação da decisão relacionada com o objeto da licitação ou do Contrato, de que não caiba recurso hierárquico.

13.1.3. Pedido de reconsideração, no prazo de 10 (dez) dias úteis, a contar da intimação do ato, no caso de declaração de inidoneidade.

13.2. Interposto o recurso, tal ato será comunicado aos demais licitantes, que poderão apresentar contrarrazões no prazo de 05 (cinco) dias úteis.

13.3. O recurso será dirigido à autoridade superior, por intermédio da que praticou o ato recorrido, a qual pode reconsiderar sua decisão, ou fazê-lo subir, devidamente informado.

14. DAS INFRAÇÕES E DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

14.1. O atraso injustificado na execução do contrato sujeitará a Contratada, após regular processo administrativo, à penalidade de:

a. Multa moratória de até 0,33% (zero vírgula trinta e três por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da contratação, até o limite de 30 (trinta) dias;

14.1.1. A aplicação da multa moratória não impede que a Administração rescinda unilateralmente o Contrato e aplique as outras sanções cabíveis.

14.2. A inexecução total ou parcial do contrato, ou o descumprimento de qualquer dos deveres elencados no Edital e no contrato, sujeitará a Contratada, garantida a prévia defesa, sem prejuízo da responsabilidade civil e criminal, às penalidades de:

a. Advertência por faltas leves, assim entendidas como aquelas que não acarretarem prejuízos significativos ao objeto da contratação;

b. Multa compensatória de até 10% (dez por cento) sobre o valor total da contratação;

c. Suspensão de licitar e impedimento de contratar com o Município de Boca da Mata/AL, pelo prazo de até dois anos;

d. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a Contratada ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da penalidade de suspensão do subitem anterior.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

14.2.1. A recusa injustificada da Adjudicatária em assinar o Contrato, após devidamente convocada, dentro do prazo estabelecido pela Administração, equivale à inexecução total do contrato, sujeitando-a às penalidades acima estabelecidas.

14.2.2. A aplicação de qualquer penalidade não exclui a aplicação da multa.

14.3. Também ficam sujeitas às penalidades de suspensão de licitar e impedimento de contratar e de declaração de inidoneidade, previstas no subitem anterior, as empresas ou profissionais que, em razão do contrato decorrente desta licitação:

14.3.1. tenham sofrido condenações definitivas por praticarem, por meio dolosos, fraude fiscal no recolhimento de tributos;

14.3.2. tenham praticado atos ilícitos visando a frustrar os objetivos da licitação;

14.3.3. demonstrem não possuir idoneidade para contratar com a Administração em virtude de atos ilícitos praticados.

14.4. A aplicação de qualquer das penalidades previstas realizar-se-á em processo administrativo que assegurará o contraditório e a ampla defesa observando-se o procedimento previsto na Lei nº 8.666, de 1993.

14.5. A autoridade competente, na aplicação das sanções, levará em consideração a gravidade da conduta do infrator, o caráter educativo da pena, bem como o dano causado à Administração, observado o princípio da proporcionalidade.

14.6. As multas devidas e/ou prejuízos causados à Contratante serão deduzidos dos valores a serem pagos, ou recolhidos em favor do Órgão, ou deduzidos da garantia, ou ainda, quando for o caso, serão inscritos na Dívida Ativa e cobrados judicialmente.

14.6.1. Caso a Contratante determine, a multa deverá ser recolhida no prazo máximo de 10 (dez) dias, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela autoridade competente.

14.7. As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou, no caso das multas, cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis.

15. CONTRATAÇÃO

15.1. A contratação será formalizada mediante assinatura do contrato, para cuja assinatura as licitantes adjudicatárias terão o prazo de 10 (dez) dias úteis contados a partir do recebimento da respectiva convocação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA.

15.2. Como condição para a assinatura do contrato, sem prejuízo das demais disposições previstas neste Instrumento, as licitantes adjudicatárias deverão apresentar:

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
BOCA DA MATA ALAGOAS
VALORIZANDO NOSSA GENTE
Fls. 115

I – documentação exigida na habilitação, porventura vencida após a reunião de licitação, devidamente atualizada.

15.3. A recusa em assinar o contrato ou o não atendimento das condições previstas no subitem 15.2. implica a decadência do direito à contratação, sem prejuízo da aplicação de penalidades previstas no item 14.

15.3.1. A decadência do direito à contratação autoriza a PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA a, independentemente de qualquer aviso ou notificação, revogar a licitação ou convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, observado o subitem 2.6., para, atendendo ao subitem 15.2., assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da licitante que deixou de assinar o contrato.

15.3.2. Não se aplicam às licitantes remanescentes as penalidades previstas no subitem 15.3.

15.4. As licitantes adjudicatárias terão o prazo de 20 (vinte) dias, contados da data da publicação do extrato do contrato na imprensa oficial, para apresentar a garantia prevista no item 17.

15.5. Integrarão os contratos a serem firmados, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pelas respectivas licitantes adjudicatárias que tenham servido de base para o julgamento desta Concorrência.

15.6. O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses podendo ser prorrogado, na forma da lei, observada a cláusula segunda do Anexo 5 – Minuta do Contrato e a vigência máxima de 60 (sessenta) meses.

15.7. A remuneração às contratadas, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Sétima e Oitava do Anexo 5 – Minuta do Contrato, consoante os preços estabelecidos em suas respectivas Propostas de Preço.

15.7.1. A forma e as condições de pagamento são as constantes da minuta do contrato.

15.8. As agências deverão centralizar o comando da publicidade da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA, comprovando no prazo máximo de 30 (trinta) dias, a contar da data da assinatura do contrato, que têm estrutura de atendimento representada, no mínimo, pelos profissionais indicados, conforme subitem 4.1.2. do Anexo 5 – Minuta do contrato:

I – dois na área de atendimento;

II – um na área de planejamento;

III – dois na área de criação;

IV – dois nas áreas de produção impressa, eletrônica e de design/computação gráfica;

V – três na área de mídia.

16. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

16.1. A soma das despesas com o contrato resultante desta Concorrência está estimada em

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

R$ 1.000.000,00 (hum milhão de reais) pelos primeiros 12 (doze) meses e será executada de acordo com o previsto no subitem 1.3.2.

16.1.1. As despesas decorrentes da contratação, objeto desta licitação, correrão por conta dos recursos consignados na conta orçamentária: 15.15.2032 (Secretaria Municipal de Esportes e Lazer – Manutenção da Secretaria de Esportes e Lazer), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 03.31.2024 (Fundo Municipal de Defesa Social – Manutenção do Fundo Municipal de Defesa Social), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 04.40.2007 (Secretaria Municipal de Infra-Estrutura – Manutenção da Secretaria de Infra-Estrutura), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 06.60.2009 (Secretaria Municipal de Educação e Cultura – Manutenção da Secretaria de Educação), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 03.30.2005 (Secretaria Municipal de Administração – Manutenção da Secretaria de Administração), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 02.20.2002 (Gabinete do Prefeito – Manutenção do Gabinete do Prefeito) , 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 05.50.2008 (Secretaria Municipal de Agricultura e Meio Ambiente – Manutenção da Secretaria de Agricultura e Meio Ambiente), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 10.10.2022 (Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo – Manutenção da Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 08.80.6013 (Secretaria Municipal de Assistência Social – Manutenção da Secretaria de Assistência Social), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 07.70.6002 (Secretaria Municipal de Saúde – Manutenção da Secretaria de Saúde), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 14.14.2038 (Secretaria Municipal de Planejamento e Finanças – Manutenção da Secretaria de Planejamento e Finanças), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica).

16.2. A PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

17. DA GARANTIA

17.1. Será exigida a prestação de garantia pela Contratada, no percentual de 5% (cinco por cento) do valor total do contrato, a ser comprovada no prazo de 24 (vinte e quatro) horas a partir da data da celebração do contrato, sob pena de aplicação das sanções cabíveis, inclusive rescisão contratual.

17.2. A garantia poderá ser prestada nas seguintes modalidades:

a. Caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;

b. Seguro-garantia; ou

c. Fiança bancária.

17.2.1. Não será aceita a prestação de garantia que não cubra todos os riscos ou prejuízos eventualmente decorrentes da execução do contrato, tais como a responsabilidade por multas e obrigações trabalhistas, previdenciárias ou sociais.

17.2.2. Caso o valor global da proposta da Adjudicatária seja inferior a 80% (oitenta por cento) do menor valor a que se referem as alíneas "a" e "b" do § 1° do artigo 48 da Lei n° 8.666, de 1993, será exigida, para a assinatura do contrato, prestação de garantia adicional, igual à diferença

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Fls. 116

entre o menor valor referido no citado dispositivo legal e o valor da correspondente proposta.

17.3. No caso de caução em dinheiro, o depósito deverá ser efetuado no Banco Brasil, mediante depósito identificado a crédito da Contratante.

17.4. Caso a opção seja por utilizar títulos da dívida pública, estes devem ter sido emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.

17.5. A garantia, se prestada na forma de fiança bancária ou seguro-garantia, deverá ter validade durante a vigência do contrato.

17.6. No caso de garantia na modalidade de fiança bancária, deverá constar expressa renúncia do fiador aos benefícios do artigo 827 do Código Civil.

17.7. No caso de alteração do valor do contrato, ou prorrogação de sua vigência, a garantia deverá ser readequada ou renovada nas mesmas condições.

17.8. Se o valor da garantia for utilizado, total ou parcialmente, pela Contratante, para compensação de prejuízo causado no decorrer da execução contratual por conduta da Contratada, esta deverá proceder à respectiva reposição no prazo de 03 (três) dias úteis, contados da data em que tiver sido notificada.

17.9. Após a execução do contrato, constatado o regular cumprimento de todas as obrigações a cargo da Contratada, a garantia por ela prestada será liberada ou restituída e, quando em dinheiro, atualizada monetariamente, deduzidos eventuais valores devidos à Contratante.

18. DISPOSIÇÕES FINAIS

18.1. A licitante é responsável pela fidelidade e a legitimidade das informações prestadas e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação, de modo que a falsidade de qualquer documento apresentado ou a inverdade das informações nele contidas implicará a imediata desclassificação da licitante que o tiver apresentado.

18.2. É facultada à Comissão ou à autoridade superior efetuar, em qualquer fase da licitação, consultas ou promover diligências com vistas a esclarecer ou complementar a instrução do processo.

18.3. As situações não previstas neste Edital, inclusive as decorrentes de caso fortuito ou de força maior, serão resolvidas pela Comissão ou pela autoridade competente.

18.4. Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento.

18.4.1. Os prazos estabelecidos neste Edital só se iniciam e vencem em dias de expediente da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

18.5. Este Edital e seus anexos, bem como as Propostas vencedoras, farão parte integrante do contrato – Anexo 5, como se nele estivessem transcritos.

18.6. O conteúdo deste Edital e de seus anexos, bem como outros documentos que forem emitidos pela PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA e fornecidos às licitantes, são complementares entre si, devendo ser interpretados conforme os princípios que regem as licitações públicas.

18.7. Até a assinatura do contrato, a licitante adjudicatária poderá ser desclassificada ou inabilitada se a PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

18.8. Se, durante a execução dos contratos, o instrumento firmado com a contratada f for rescindido, a PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação verificada nesta Concorrência, para dar continuidade à execução do objeto, desde que aceitem as mesmas condições oferecidas pela contratada e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiverem sujeitas as signatárias dos contratos.

18.9. 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.

18.10. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, a PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA comunicará os fatos verificados ao Ministério Público do Estado de São Paulo, para as providências devidas.

18.11. Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer uma de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

18.11.1. A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 59 da Lei 8.666/93.

Município de Boca da Mata/AL, 08 de abril de 2014.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 117

ANEXOS:

ANEXO 1 – CARTA DE CREDENCIAMENTO

ANEXO 2 – MODELO DE DECLARAÇÃO

ANEXO 3 – MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO

ANEXO 4 – DECLARAÇÃO DE CAPACIDADE TÉCNICA

ANEXO 5 - MINUTA DE CONTRATO

ANEXO 6 - BRIEFING

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 118

ANEXO I

MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO

CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

PROCESSO Nº 1018-019/2013

Por meio da presente carta, credenciamos o (a) Senhor (a)....., portador(a) da Cédula de Identidade .....e CPF..... a participar da Licitação instaurada pela Prefeitura Municipal de Boca da Mata/Al, na modalidade de Concorrência nº 001/2014, na qualidade de REPRESENTANTE LEGAL, outorgando-lhe poderes para pronunciar-se em nome da Empresa ....., CNPJ ....., bem como para 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 praticar todos os demais atos inerentes ao certame.

..... , ...de ..... de 201..

OUTORGANTE

Carimbo/CNPJ e assinatura do Representante Legal da empresa

Identificação do Cargo/Função do Firmatário.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 119

ANEXO II

MODELO DE DECLARAÇÃO

CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

PROCESSO Nº 1018-019/2013

Empresa..... inscrita no CNPJ .....por intermédio de seu representante o (a) Senhor(a) ....., portador(a) da Carteira de Identidade RG. ..... e do CPF. ....., Declara sob as penas da lei:

1) Ter conhecimento do instrumento convocatório; ter recebido o invólucro nº1, assim como todos os documentos e informações necessários à participação na Concorrência nº 001/2014, conhecendo e acatando as condições para o cumprimento das obrigações objeto da licitação;

2) Atendimento ao art. 27, inciso V da Lei 8.666/93: que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesseis) anos.

( ) Ressalva: contrata menor, a partir de 14 (quatorze) anos, na condição de aprendiz. (em caso afirmativo, assinalar).

3) Inexistência de impedimentos para a participação: que não incorre em nenhum dos casos relacionados no item 2.2. deste Edital.

..... , ...de ..... de 201..

OUTORGANTE

Carimbo/CNPJ e assinatura do Representante Legal da empresa

Identificação do Cargo/Função do Firmatário.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 120

ANEXO III

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

PROCESSO Nº 1018-019/2013

Nome empresarial da licitante: .....

CNPJ nº.....

Endereço, telefone e e-mail: .....

Validade da proposta.....(.....) dias (no mínimo 60 dias), a partir da data de sua apresentação.

Declaramos que, na vigência do contrato decorrente da Concorrência nº 001/2014, promovida pela Prefeitura Municipal de Boca da Mata/Al, serão cobrados os seguintes honorários:

a) Honorários de.....% (.....) sobre os custos externos de produção de serviços especiais **(no máximo 15% e no mínimo 10%).**

b) Em decorrência dos trabalhos de criação e produção interna, será aplicada a Tabela Referencial de Custos Internos com um desconto de .....% (..... por cento) **(desconto máximo de 30%).**

c) Honorários de.....% (.....) sobre serviços de desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias, quando realizadas externamente **(honorários máximos de 20% e mínimos 10% sobre o custo de tais serviços).**

O preço proposto contempla todos os custos e despesas necessários à plena execução do serviço, tais como de pessoal e de administração, e todos os encargos (obrigações sociais, impostos, taxas etc.) incidentes sobre os serviços objeto desta licitação, nada mais sendo lícito pleitear da Prefeitura Municipal de Boca da Mata/Al a esse título.

Declaramo-nos cientes de que a Prefeitura Municipal de Boca da Mata/Al procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

O desconto de agência ou os honorários de mídia serão pagos à agência que intermediar a compra de espaço/tempo publicitários, pelos Veículos de Comunicação, na base de 20% sobre o valor da mídia efetivamente negociada, sendo que o Veículo emitirá sua fatura contra a Prefeitura

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Municipal de Boca da Mata/Al correspondente à chamada "parte líquida", correspondente a 80% do valor da mídia, e a agência emitirá os restantes 20% contra a Prefeitura Municipal de Boca da Mata/Al.

Informamos conhecer e aceitar as disposições alusivas a direitos autorais, estabelecidas na Cláusula Nona da minuta de contrato (ANEXO 5).

..... , ...de ..... de 201..

OUTORGANTE

Carimbo/CNPJ e assinatura do Representante Legal da empresa

Identificação do Cargo/Função do Firmatário.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 122

ANEXO IV

MODELO DE DECLARAÇÃO DE CAPACIDADE TÉCNICA

CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

PROCESSO Nº 1018-019/2013

Declaramos para os devidos fins que a empresa (nome e CNPJ da licitante), estabelecida à (endereço da licitante), fornece(u) executa(ou) para (nome e CNPJ da empresa emitente), estabelecida à (endereço da empresa emitente), no período de...../...../..... a...../...../..... o(s) serviço(s) abaixo especificado(s):

SERVIÇOS: .....

....., de ..... de 201....

CARIMBO/CNPJ E ASSINATURA DA EMPRESA EMITENTE

Atenção: não serão aceitas declarações emitidas para agências de propaganda, ou para suas respectivas filiais, que não sejam aquelas que efetivamente tenham assinado o contrato com a emitente.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 122

ANEXO V

MINUTA DE CONTRATO

PROCESSO Nº 1018-019/2013

CONTRATO Nº CCXX/20XX

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE QUE ENTRE SI CELEBRAM O MUNICÍPIO DE BOCA DA MATA E A EMPRESA **XXXXXXXXXX**.

O **MUNICÍPIO DE BOCA DA MATA/AL** com sede na Rua Rosalvo Pinto Dâmaso, 224, Centro, Boca da Mata, Alagoas, inscrito no CNPJ sob o nº 12.264.396/0001-63, neste ato representado por seu Prefeito, Sr. Gustavo Dantas Feijó, brasileiro, portador da cédula de identidade nº 767035 SSP/AL, inscrito no CPF sob o nº 524.759.994-20, no uso de suas atribuições legais, doravante denominado(a) simplesmente CONTRATANTE, e a empresa **XXXXXXXXXX**, inscrita no CNPJ sob o nº **XXXXXX**, com sede na **XXXXXXXXXXXXX**, CEP **XXXX**, no Município de **XXXXXX**, denominada CONTRATADA, neste ato representada pelo(a) Sr(a). **XXXXXX**, portador(a) da Cédula de Identidade nº **XXXX** e CPF nº **XXXXXX**, tendo em vista o que consta no Processo nº 1018-019/2013, e o resultado final da Concorrência nº 001/2014, com fundamento na Lei nº 8.666, de 1993, e demais legislações correlatas, resolvem celebrar o presente instrumento, mediante as cláusulas e as condições seguintes:

1. CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

1.1. O presente instrumento tem origem na Concorrência nº 001/2014, à qual se encontra vinculado, e tem por objeto a contratação da prestação de serviços de publicidade à PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA.

1.1.1. Compreendem os serviços de publicidade 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 comunicação.

1.1.1.1. Também integram o objeto deste CONTRATO, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

I – à produção e à execução técnica das peças e projetos criados;

II – ao planejamento e à execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento relacionados a determinada ação publicitária;

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

a) As pesquisas de recall serão realizadas somente quando solicitadas pela PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA para campanhas que vierem a ser produzidas.

III – à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias desenvolvidas.

1.1.1.2.As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 1.1.1.1., II, terão a finalidade de:

I – gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

II – aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;

III – possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática para a ação publicitária.

1.2. Não se confundem com o objeto desta contratação, estando, vedada, portanto, a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios.

1.3. A CONTRATADA atuará apenas de acordo com solicitação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA.

1.4. A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto deste CONTRATO.

2. CLÁUSULA SEGUNDA – DA VIGÊNCIA

2.1. O período de vigência deste CONTRATO será de 12 (doze) meses, com início a partir de sua assinatura.

2.2. Este CONTRATO poderá ser prorrogado, nos termos da lei, limitada sua vigência a 60 (sessenta) meses.

2.2.1. A decisão sobre a prorrogação observará o resultado das avaliações semestrais previstas no subitem 6.4.

2.2.2. As prorrogações serão formalizadas por meio de Termo Aditivo e publicadas na imprensa oficial.

3. CLÁUSULA TERCEIRA – DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Fls. 123

3.1. As despesas a serem realizadas pela CONTRATADA por meio da Concorrência nº 001/2014, nos primeiros 12 (doze) meses de vigência contratual, estão estimadas em R$ 1.000.000,00 (hum milhão de reais) e correrão pela seguinte conta orçamentária: 15.15.2032 (Secretaria Municipal de Esportes e Lazer – Manutenção da Secretaria de Esportes e Lazer), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 03.31.2024 (Fundo Municipal de Defesa Social – Manutenção do Fundo Municipal de Defesa Social), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 04.40.2007 (Secretaria Municipal de Infra-Estrutura – Manutenção da Secretaria de Infra-Estrutura), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 06.60.2009 (Secretaria Municipal de Educação e Cultura – Manutenção da Secretaria de Educação), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 03.30.2005 (Secretaria Municipal de Administração – Manutenção da Secretaria de Administração), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 02.20.2002 (Gabinete do Prefeito – Manutenção do Gabinete do Prefeito) , 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 05.50.2008 (Secretaria Municipal de Agricultura e Meio Ambiente – Manutenção da Secretaria de Agricultura e Meio Ambiente), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 10.10.2022 (Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo – Manutenção da Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 08.80.6013 (Secretaria Municipal de Assistência Social – Manutenção da Secretaria de Assistência Social), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 07.70.6002 (Secretaria Municipal de Saúde – Manutenção da Secretaria de Saúde), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica); 14.14.2038 (Secretaria Municipal de Planejamento e Finanças – Manutenção da Secretaria de Planejamento e Finanças), 3390.39 (Outros serviços de terceiros pessoa jurídica).

3.1.1. O valor estimado poderá ser atualizado pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo- IPCA (IBGE).

3.2. A PREFEITURA se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

4. CLÁUSULA QUARTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

4.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste CONTRATO ou dele decorrentes:

4.1.1. Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

4.1.1.1.Os serviços indicados no subitem 1.1.1. deverão ser executados por meio dos profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na Proposta Técnica apresentada na Concorrência nº 001/2014, admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior mediante comunicação prévia à PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA.

4.1.2. Centralizar o comando da publicidade da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA, comprovando em até 30 (trinta) dias da assinatura deste CONTRATO, que mantém estrutura de atendimento representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais:

I – 1 (um) diretor de atendimento;

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

II – 1 (um) profissional de atendimento;

III – 1 (um) profissional de planejamento e pesquisa;

IV – 1 (uma) dupla de criação;

V – 2 (dois) profissionais de produção (impressa, eletrônica, digital e de design/computação gráfica);

VI – 1 (um) diretor de mídia;

VII – 2 (dois) profissionais de mídia, sendo um para mídia digital.

4.1.3. O desempenho da CONTRATADA será permanentemente verificado pela PREFEITURA.

4.1.4. Executar todos os serviços relacionados com o objeto deste CONTRATO, de acordo com os prazos e as demais especificações estipulados pela PREFEITURA.

4.1.4.1.A CONTRATADA executará os serviços indicados no subitem 1.1.1. diretamente, com seus próprios recursos.

4.1.4.2.A CONTRATADA poderá intermediar a contratação de veículos de divulgação e, quando necessários à execução das atividades complementares a que se refere o subitem 1.1.1.1., fornecedores de serviços especializados.

4.1.4.2.1. A contratação de veículos de divulgação e de fornecedores de serviços especializados deverá ser submetida à prévia e expressa autorização da PREFEITURA e implica a atuação da CONTRATADA por conta e ordem da PREFEITURA.

4.1.4.2.2. A PREFEITURA deverá ser previamente identificada na contratação de veículos de divulgação.

4.1.4.2.3. Cabe à CONTRATADA efetivar as operações de pagamento referentes aos serviços prestados por veículos ou fornecedores de serviços especializados, operação que deverá ter sido realizada em até 5 (cinco) dias úteis do recebimento do pagamento realizado pela PREFEITURA.

4.1.5. Contratar, administrar, executar e fiscalizar os contratos firmados com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação – inclusive quando decorrentes de cotações realizadas pela PREFEITURA –, respondendo pelos efeitos destes acordos, incluídos os danos e os prejuízos, diretos ou indiretos, decorrentes de sua culpa.

4.1.5.1. Alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços contratados deverão ser tempestiva e formalmente comunicados à PREFEITURA, devendo a CONTRATADA adotar providências imediatas para solucionar a pendência.

4.1.5.1.1. A culpa do fornecedor de serviços especializados, do veículo de distribuição ou da CONTRATADA, que repercuta na plena execução dos serviços contratados implica a revisão das

BOCA DA MATA
ALAGOAS
VALORIZANDO NOSSA GENTE
Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 124

obrigações e dos pagamentos dos contratos por esta firmados, na medida das consequências do ato nos serviços acordados.

4.1.5.1.2. O aumento de despesas ou a perda de descontos para a PREFEITURA, gerados em decorrência de ação culposa da CONTRATADA, deverá ser ressarcido pela CONTRATADA à PREFEITURA em até 2 (dois) dias úteis contados do recebimento da notificação de ressarcimento por este encaminhada.

4.1.5.1.2.1. Se o ressarcimento não for realizado no prazo indicado no subitem 4.1.5.1.2., o valor poderá ser glosado pela PREFEITURA ou descontado da garantia contratual, acrescido da atualização monetária desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação *pro rata tempore* do IGPM (FGV).

4.1.6. Orientar a produção, a impressão e a distribuição das peças gráficas conforme aprovação da PREFEITURA e atestar a conformidade deste material com as especificações contidas no documento de autorização da ação.

4.1.7. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos de comunicação.

4.1.7.1. Pertencem à PREFEITURA, devendo-lhes ser transferidas, as vantagens obtidas em negociação com fornecedores de serviços especializados e com veículos de divulgação realizada diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo.

4.1.7.1.1. O disposto no subitem 4.1.7.1. não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à CONTRATADA, nos termos do art. 18 da Lei 12.232/2010.

4.1.7.1.2. A CONTRATADA não poderá sobrepor os planos de incentivo aos interesses da PREFEITURA, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

4.1.7.2. Nos casos de reutilizações de peças publicitárias da PREFEITURA, a CONTRATADA deverá negociar sempre as melhores condições de preço, observados os percentuais máximos constantes do subitem 9.2.1.

4.1.8. Observar as seguintes condições para o fornecimento de serviços especializados à PREFEITURA:

I – Fazer cotações prévias de preços para os serviços a serem prestados por fornecedores;

II – Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados na PREFEITURA ou eventual sistema que venha a substituir tal cadastro, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

a) A impossibilidade de obter as 3 (três) cotações deverá ser previamente justificada à PREFEITURA, por escrito, para decisão sobre a contratação.

III – exigir do fornecedor que a cotação seja apresentada no original, em papel timbrado e que:

a) Contenha a identificação do fornecedor (com, pelo menos, nome completo, CNPJ ou CPF, endereço e telefone) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

b) Detalhe dos produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, suas especificações;

c) Seja apresentada juntamente com os comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – no CNPJ ou no CPF e no Cadastro de Contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

IV – informar, por escrito, os fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas na Cláusula Nona para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos;

4.1.8.1. Quando o fornecimento de serviços tiver valor superior a 0,5% (meio por cento) do valor global deste CONTRATO, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da PREFEITURA.

4.1.8.2. A PREFEITURA procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado.

4.1.8.3. Se e quando julgar conveniente, a PREFEITURA poderá realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

4.1.8.4. As disposições do subitem 4.1.8. não se aplicam à compra de mídia.

4.1.8.5. As condições do subitem 4.1.8. I e II, não se aplicam à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado.

4.1.9. Encaminhar, após a aprovação do serviço pela PREFEITURA e sem ônus para esta, as seguintes cópias de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação de mídia paga:

I – TV e cinema: cópias em Betacam e/ou DVD e/ou arquivos digitais;

II – Internet: cópias em CD;

III – Rádio: cópias em CD, com arquivos digitais;

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

BOCA DA MATA
ALAGOAS
VALORIZANDO NOSSA GENTE
Fls. 125

IV – Mídia impressa e materiais publicitários: cópias em CD, com arquivos em alta resolução, finalizados, sendo uma cópia aberta e uma fechada.

4.1.9.1.As peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, se garantido o atendimento à solicitação da PREFEITURA.

4.1.9.2.Os arquivos contendo as cópias das peças produzidas deverão ser apresentados nos formatos definidos pela PREFEITURA.

4.1.9.3.Caso as mídias indicadas nos incisos I a IV do subitem 4.1.9. se tornem tecnologicamente obsoletas, a PREFEITURA indicará mídia substituta para envio da cópia das peças produzidas.

4.1.10. Disponibilizar à PREFEITURA informações que forem solicitadas a respeito da mídia utilizada.

4.1.11. Produzir e entregar em meio impresso, assim como em CD ou em DVD ou outro meio magnético indicado pela PREFEITURA, portfólio dos trabalhos realizados para a PREFEITURA.

4.1.11.1. O portfólio deverá ser entregue anualmente, até o final do mês de janeiro, e abranger todas as ações realizadas neste CONTRATO durante o ano civil anterior.

4.1.11.1.1. No final da vigência deste CONTRATO, deverá ser entregue um portfólio com os trabalhos realizados após a entrega do portfólio anterior.

4.1.11.2. O portfólio deverá ser apresentado conforme modelo sugerido pela CONTRATADA e previamente aprovado pela PREFEITURA.

4.1.12. Entrega à PREFEITURA de cópia dos comprovantes de pagamentos feitos a fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação até o dia 6 do mês subsequente ao do pagamento realizado pela PREFEITURA.

4.1.13. Entregar à PREFEITURA, em meio eletrônico e em meio impresso, até o dia 10 de cada mês, um relatório total (mês a mês) de despesas com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação com o respectivo acompanhamento de seus pagamentos, conforme modelo definido pela PREFEITURA.

4.1.14. Registrar em Relatórios de Acompanhamento as demandas recebidas da PREFEITURA e as atividades realizadas pela CONTRATADA em relação a cada uma das ações em desenvolvimento.

4.1.14.1. O relatório de acompanhamento deverá ser assinado e enviado à PREFEITURA no dia útil seguinte à realização do contato com a PREFEITURA, com o veículo ou com o fornecedor e, em caso de incorreção, reenviado devidamente corrigido em até 2 (dois) dias úteis, a contar do recebimento da solicitação de correção.

4.1.15. Registrar em Relatórios de Atendimento os briefings para o desenvolvimento de cada ação.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

4.1.15.1. O Relatório de Atendimento deverá ser assinado e enviado à PREFEITURA em até 2 (dois) dias úteis após o atendimento realizado e, em caso de incorreção, reenviados devidamente corrigidos no mesmo prazo, a contar da data do recebimento da solicitação de correção.

4.1.16. Elaborar, sempre que solicitado pela PREFEITURA, estudo de práticas e investimentos em mídia que vêm sendo empregadas.

4.1.17. Prestar, às suas expensas, os seguintes serviços:

I – criação e manutenção de acervo da propaganda da PREFEITURA, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste CONTRATO e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

II – criação e manutenção de banco de imagens, em meio virtual, com as fotos e as imagens produzidas durante a execução deste CONTRATO e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

4.1.17.1. A agência se reunirá com a PREFEITURA em até 60 (sessenta) dias após a assinatura do CONTRATO para apresentar proposta para o banco de imagens e para o acervo de propaganda, compreendendo, entre outros itens, as especificações técnicas, a sistemática de navegação e de filtros de pesquisa e os formatos dos arquivos.

4.1.17.1.1. Aprovada pela PREFEITURA, a proposta passará a integrar este CONTRATO, ressalvada a possibilidade de ajustes, sempre que necessários à manutenção do banco/acervo virtual.

4.1.17.2. A CONTRATADA, por meio deste CONTRATO, transfere à PREFEITURA a propriedade do sistema tecnológico referente ao banco/acervo virtual, incluído seu código-fonte.

4.1.17.3. O banco/acervo virtual deverá estar funcionando em até 120 (cento e vinte) dias após a assinatura deste CONTRATO.

4.1.18. Prestar esclarecimentos à PREFEITURA sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

4.1.19. Não caucionar ou utilizar este CONTRATO como garantia para qualquer operação financeira.

4.1.20. Manter, durante a execução deste CONTRATO, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste, entre as quais a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4o e seu parágrafo 1° da Lei 12.232/2010.

4.1.20.1. Em não se comprovando a manutenção das condições de habilitação, a CONTRATADA terá 30 (trinta) dias para regularizar a situação, contados da notificação da PREFEITURA, prazo após o qual poderá ser promovida a rescisão contratual.

4.1.21. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando exigido por norma, com relação a empregados de fornecedores contratados.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Fls. 126

4.1.22. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste CONTRATO, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos, e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

4.1.22.1. A CONTRATADA é responsável por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

4.1.22.2. Sempre que solicitado pela PREFEITURA, a CONTRATADA deverá apresentar a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

4.1.23. Aceitar, nas mesmas condições contratuais, acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, em até 25% (vinte e cinco por cento) do valor atualizado previsto no subitem 3.1., facultada a supressão além desse limite, mediante acordo entre as partes.

4.1.24. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou contratados.

4.1.25. Obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento deste CONTRATO.

4.1.25.1. A CONTRATADA também responderá por qualquer ação judicial que tenha por fundamento a legislação trabalhista ou de proteção aos direitos autorais ou à propriedade intelectual, devendo adotar providências no sentido de preservar a PREFEITURA e de mantê-la excluída da lide, assim como de reivindicações, demandas, queixas ou representações referentes a tais assuntos.

4.1.25.1.1. Havendo condenação contra a PREFEITURA, a CONTRATADA lhe reembolsará as importâncias que tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento, sem prejuízo da apuração das demais responsabilidades cíveis, penais e administrativas envolvidas.

4.1.26. Cumprir todas as leis e posturas federais, estaduais e municipais pertinentes, responsabilizando-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.

4.1.27. Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 5 (cinco) anos após a extinção deste CONTRATO.

5. CLÁUSULA QUINTA – DAS OBRIGAÇÕES DA PREFEITURA

5.1. Constituem obrigações da PREFEITURA, além das demais previstas neste CONTRATO ou dele decorrentes:

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

5.1.1. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA, observado o subitem 4.1.5. e respectivos subitens.

5.1.2. Proporcionar condições para a boa execução dos serviços.

5.1.3. Fiscalizar a execução deste CONTRATO e subsidiar a CONTRATADA com informações e/ou comunicações úteis e necessárias ao melhor e fiel cumprimento das obrigações.

6. CLÁUSULA QUINZE - DA EXECUÇÃO, FISCALIZAÇÃO E AVALIAÇÃO DOS SERVIÇOS

6.1. A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço objeto deste CONTRATO após sua respectiva aprovação formal pela PREFEITURA.

6.1.1. A PREFEITURA poderá acompanhar a execução dos serviços contratados, juntamente com um representante credenciado pela CONTRATADA.

6.1.2. A aprovação dos serviços não afasta a responsabilidade da CONTRATADA quanto à sua perfeita execução.

6.2. Os serviços contratados poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao especificado.

6.2.1. A não aceitação de serviços objeto deste CONTRATO, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da PREFEITURA.

6.2.1.1.A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que o serviço, quando não aceito, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado a suas expensas e nos prazos estipulados pela PREFEITURA, observado o subitem 4.1.5.

6.3. A execução dos serviços ora contratados será objeto de acompanhamento, controle, fiscalização e avaliação por representante da CONTRATANTE, para este fim especialmente designado, com as atribuições específicas determinadas na Lei nº 8.666, de 1993, conforme detalhado no Projeto Básico.

6.3.1. O representante da CONTRATANTE deverá ser profissional habilitado e com a experiência técnica necessária para o acompanhamento e controle da execução da obra.

6.4. O acompanhamento, o controle, a fiscalização e avaliação de que trata este item não excluem a responsabilidade da CONTRATADA e nem confere à CONTRATANTE responsabilidade solidária, inclusive perante terceiros, por quaisquer irregularidades ou danos na execução dos serviços contratados.

6.5. A CONTRATANTE se reserva o direito de rejeitar, no todo ou em parte, os serviços ora contratados, prestados em desacordo com o presente Edital e seus Anexos e com o contrato.

6.6. As determinações e as solicitações formuladas pelo representante da CONTRATANTE encarregado da fiscalização do contrato deverão ser prontamente atendidas pela CONTRATADA,

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 127

ou, nesta impossibilidade, justificadas por escrito.

6.7. A CONTRATADA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste CONTRATO, fornecendo informações, propiciando acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução, e atendendo às observações e às exigências apresentadas pela fiscalização.

6.8. A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna da PREFEITURA ou auditoria externa por esta indicada tenha acesso a todos os documentos que digam respeito à execução deste CONTRATO.

6.9. Serão anotadas e registradas todas as ocorrências relacionadas com a execução contratual, cabendo à CONTRATADA atender, no prazo estipulado pela PREFEITURA, às determinações para regularização das faltas ou defeitos observados.

6.10. A PREFEITURA realizará, semestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos, dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela CONTRATADA e do atendimento ao subitem 4.1.7.

6.10.1. Sem prejuízo de outras finalidades com objetivo semelhante ou complementar, a avaliação semestral será considerada instrumento para:

I – solicitar à CONTRATADA a melhora da qualidade dos serviços prestados;

II – subsidiar decisão sobre prorrogação e rescisão contratuais;

III – subsidiar declaração sobre desempenho da CONTRATADA.

7. CLÁUSULA SÉTIMA – DA REMUNERAÇÃO

7.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada por honorários de.....% (.....), incidentes sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças e/ou materiais.

7.1.1. Os honorários serão calculados sobre o preço faturado pelos fornecedores.

7.2. Pelos serviços de criação e execução interna, a CONTRATADA receberá o valor correspondente indicado na Tabela de Custos Internos editada pela Associação Brasileira de Agências de Publicidade, então em vigor, com um desconto de....% ..... por cento).

7.3. Honorários incidentes sobre os custos dos serviços de desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias, quando realizadas externamente e intermediadas pela CONTRATADA.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

7.4. Serão ressarcidas as despesas referentes aos serviços de planejamento e execução de pesquisas, inclusive de pré-testes e recall de campanha executados neste contrato, com o mesmo percentual indicado no subitem 7.1.

7.5. Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratadas até a cidade de Boca da Mata/AL serão de responsabilidade da CONTRATADA.

8. CLÁUSULA OITAVA – DESCONTO DE AGÊNCIA

8.1. Além da remuneração prevista na Cláusula Sétima, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei n. 4.680/65 e com o art. 7º do Regulamento para execução da lei nº 4. 680/65 (Decreto nº 57.690/66).

8.1.1. O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e/ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da PREFEITURA, nos termos do art. 19 da Lei nº12. 232/2010.

9. CLÁUSULA NONA – DOS DIREITOS AUTORAIS

9.1. A CONTRATADA cede à PREFEITURA os direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência deste CONTRATO.

9.1.1. Os direitos são cedidos de forma total e definitiva, para uso no Brasil ou em qualquer outro país do mundo.

9.1.2. O valor dessa cessão está integralmente incluído nas modalidades de remuneração definidas nas cláusulas sétima e oitava.

9.1.3. Os direitos patrimoniais cedidos poderão ser usados pela PREFEITURA em todas as suas modalidades de utilização, diretamente ou por intermédio de terceiros.

9.2. Quando for necessário realizar contratações que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará a quem de direito a concessão por prazo, finalidade, território e preço, inclusive quanto à eventual renovação do contrato, dos direitos autorais e conexos de suas respectivas titularidades.

9.3. A CONTRATADA se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, o custo com cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos de autor e conexos.

9.4. A PREFEITURA será a única proprietária das peças e demais materiais físicos e/ou digitais oriundos do cumprimento deste CONTRATO, sejam estes passíveis ou não de proteção do Direito de Propriedade Intelectual.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

BOCA DA MATA
ALAGOAS
VALORIZANDO NOSSA GENTE
Prefeitura de Boca da Mata/AL
Fls. 128

9.4.1. É garantida à PREFEITURA a apropriação dos direitos patrimoniais e conexos originalmente de titularidade da CONTRATADA e dos funcionários desta, sobre os resultados da execução deste CONTRATO, ressalvados os direitos autorais e conexos de terceiros.

10. CLÁUSULA DÉCIMA – DA LIQUIDAÇÃO E DO PAGAMENTO DE DESPESAS

10.1. Para liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pela PREFEITURA, a CONTRATADA deverá apresentar:

I – a correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, em letra legível, em nome da PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA/AL, CNPJ. 12.264.396/0001-63, contendo o número deste CONTRATO e os seguintes dados da CONTRATADA:

Banco (nome e número)

Agência (nome e número)

Conta-corrente (número)

a) Quaisquer alterações nos dados bancários deverão ser comunicadas tempestiva e formalmente à PREFEITURA, ficando a CONTRATADA responsável pelos prejuízos decorrentes da falta ou intempestividade da informação.

b) O CNPJ que deverá constar nas notas fiscais e na conta-corrente utilizada para pagamento à CONTRATADA deverá ser o CN PJ da CONTRATADA constante do preâmbulo deste CONTRATO.

c) Quando referente ao pagamento de fornecedores e veículos, a nota fiscal também deverá conter o número do documento que autorizou a veiculação ou a produção do serviço e o nome empresarial do fornecedor com seu respectivo CNPJ.

II – a primeira via do documento fiscal do fornecedor de serviços especializado ou do veículo:

a) O CNPJ que deverá constar nas notas fiscais dos fornecedores de serviço especializado deverá ser o mesmo da cotação de preços que norteou a contratação.

III – os documentos comprobatórios da execução dos serviços especializados e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega;

IV – os documentos comprobatórios da demonstração do valor devido ao veículo, da sua respectiva tabela de preços, da descrição dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e da efetiva veiculação, sendo este último providenciado sem ônus para a PREFEITURA.

a) Na ocorrência de falha em uma programação em mídia eletrônica, além das providências previstas no inciso IV, a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

10.1.1. O comprovante de veiculação a que se refere o subitem 10.1, IV é constituído por:

I – revista e anuário: exemplar original;

II – jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do jornal e praça;

III – demais meios: relatório de checagem de veiculação emitido por empresa independente ou por um dos seguintes documentos:

a) TV, rádio e cinema: documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação;

i. Como alternativa ao procedimento previsto na alínea "a", a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea "a" deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento "composto" contenha todas as informações previstas na alínea "a".

b) Mídia exterior:

i. Mídia Out Of Home: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar os foros, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

ii. Mídia Digital Out Of Home: relatório de exibição, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar fotos por amostragem, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

iii. Carro de som: relatório de veiculação, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Fls. 129

c) Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente acompanhado do print da tela.

10.1.1.1. As formas de comprovação de veiculação em mídia não previstas nas alíneas "a", "b", e "c" do subitem 10.1.1., III, serão estabelecidas formalmente pela PREFEITURA, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

10.1.2. Compete ao Gestor do contrato a conferência dos preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados de que trata o artigo 15 da Lei no 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos respectivos Planos de Mídia pela CONTRATADA à PREFEITURA.

10.2. Os documentos de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços para liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA.

10.2.1. Caso seja constatado erro ou irregularidade na documentação de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços, a PREFEITURA, a seu juízo, poderá devolvê-la para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

10.2.1.1. Na hipótese de devolução, a documentação será considerada não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

10.2.1.2. A PREFEITURA não pagará nenhum acréscimo pelo adiamento do pagamento em razão de pendência no cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste CONTRATO.

10.3. Antes da efetivação dos pagamentos, será verificada a comprovação de regularidade da CONTRATADA referente à:

I – Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS;

II – Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social – CND;

III – Certidão Conjunta de Regularidade com a Fazenda Federal (Quitação de Tributos e Contribuições Federais e Dívida Ativa da União);

IV- Certidões negativas de tributos estaduais e municipais emitidas pelos respectivos órgãos;

V – Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT.

10.3.1. A CONTRATADA apresentará à PREFEITURA os documentos comprobatórios de manutenção de suas condições de habilitação, sempre que próximos aos seus respectivos vencimentos.

10.3.2. A não apresentação ou a irregularidade dos documentos listados no subitem 10.3 não acarretará retenção do pagamento. Entretanto, a CONTRATADA será comunicada quanto à apresentação de tais documentos em até 30 (trinta) dias, sob pena de rescisão contratual e demais penalidades cabíveis.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

10.4. O prazo para pagamento será de até 30 (trinta) dias, contados a partir da data da apresentação da Nota Fiscal/Fatura, acompanhada dos demais documentos comprobatórios do cumprimento das obrigações da CONTRATADA.

10.5. A PREFEITURA não acata cobrança por meio de duplicatas ou qualquer outro título em bancos ou outras instituições do gênero.

10.6. A PREFEITURA não é obrigada a pagar nenhum compromisso, assumido pela CONTRATADA, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

10.7. Correrão por conta da CONTRATADA o ônus do prazo de compensação e todas as despesas bancárias decorrentes da transferência de crédito, assim como os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes de sua inobservância quanto aos prazos de pagamento.

10.8. A PREFEITURA, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigada pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

11. CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DA GARANTIA

11.1. Será exigida a prestação de garantia pela Contratada, no percentual de 5% (cinco por cento) do valor total do contrato, a ser comprovada no prazo de 24 (vinte e quatro) horas a partir da data da celebração do contrato, sob pena de aplicação das sanções cabíveis, inclusive rescisão contratual.

11.2. A garantia poderá ser prestada nas seguintes modalidades:

a. Caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;

b. Seguro-garantia; ou

c. Fiança bancária.

11.2.1. Não será aceita a prestação de garantia que não cubra todos os riscos ou prejuízos eventualmente decorrentes da execução do contrato, tais como a responsabilidade por multas e obrigações trabalhistas, previdenciárias ou sociais.

11.2.2. Caso o valor global da proposta da Adjudicatária seja inferior a 80% (oitenta por cento) do menor valor a que se referem as alíneas "a" e "b" do § 1° do artigo 48 da Lei n° 8.666, de 1993, será exigida, para a assinatura do contrato, prestação de garantia adicional, igual à diferença entre o menor valor referido no citado dispositivo legal e o valor da correspondente proposta.

11.3. No caso de caução em dinheiro, o depósito deverá ser efetuado no Banco Brasil, mediante depósito identificado a crédito da Contratante.

11.4. Caso a opção seja por utilizar títulos da dívida pública, estes devem ter sido emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 130

pelo Banco Central do Brasil, e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.

11.5. A garantia, se prestada na forma de fiança bancária ou seguro-garantia, deverá ter validade durante a vigência do contrato.

11.6. No caso de garantia na modalidade de fiança bancária, deverá constar expressa renúncia do fiador aos benefícios do artigo 827 do Código Civil.

11.7. No caso de alteração do valor do contrato, ou prorrogação de sua vigência, a garantia deverá ser readequada ou renovada nas mesmas condições.

11.8. Se o valor da garantia for utilizado, total ou parcialmente, pela Contratante, para compensação de prejuízo causado no decorrer da execução contratual por conduta da Contratada, esta deverá proceder à respectiva reposição no prazo de 03 (três) dias úteis, contados da data em que tiver sido notificada.

11.9. Após a execução do contrato, constatado o regular cumprimento de todas as obrigações a cargo da Contratada, a garantia por ela prestada será liberada ou restituída e, quando em dinheiro, atualizada monetariamente, deduzidos eventuais valores devidos à Contratante.

12. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DAS INFRAÇÕES E DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

12.1. O atraso injustificado na execução do contrato sujeitará a Contratada, após regular processo administrativo, à penalidade de:

a. Multa moratória de até 0,33% (zero vírgula trinta e três por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da contratação, até o limite de 30 (trinta) dias;

12.1.1. A aplicação da multa moratória não impede que a Administração rescinda unilateralmente o Contrato e aplique as outras sanções cabíveis.

12.2. A inexecução total ou parcial do contrato, ou o descumprimento de qualquer dos deveres elencados no Edital e no contrato, sujeitará a Contratada, garantida a prévia defesa, sem prejuízo da responsabilidade civil e criminal, às penalidades de:

a. Advertência por faltas leves, assim entendidas como aquelas que não acarretarem prejuízos significativos ao objeto da contratação;

b. Multa compensatória de até 10% (dez por cento) sobre o valor total da contratação;

c. Suspensão de licitar e impedimento de contratar com o Município de Boca da Mata/AL, pelo prazo de até dois anos;

d. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Contratada ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da penalidade de suspensão do subitem anterior.

12.2.1. A recusa injustificada da Adjudicatária em assinar o Contrato, após devidamente convocada, dentro do prazo estabelecido pela Administração, equivale à inexecução total do contrato, sujeitando-a às penalidades acima estabelecidas.

12.2.2. A aplicação de qualquer penalidade não exclui a aplicação da multa.

12.3. Também ficam sujeitas às penalidades de suspensão de licitar e impedimento de contratar e de declaração de inidoneidade, previstas no subitem anterior, as empresas ou profissionais que, em razão do contrato decorrente desta licitação:

12.3.1. tenham sofrido condenações definitivas por praticarem, por meio dolosos, fraude fiscal no recolhimento de tributos;

12.3.2. tenham praticado atos ilícitos visando a frustrar os objetivos da licitação;

12.3.3. demonstrem não possuir idoneidade para contratar com a Administração em virtude de atos ilícitos praticados.

12.4. A aplicação de qualquer das penalidades previstas realizar-se-á em processo administrativo que assegurará o contraditório e a ampla defesa observando-se o procedimento previsto na Lei nº 8.666, de 1993.

12.5. A autoridade competente, na aplicação das sanções, levará em consideração a gravidade da conduta do infrator, o caráter educativo da pena, bem como o dano causado à Administração, observado o princípio da proporcionalidade.

12.6. As multas devidas e/ou prejuízos causados à Contratante serão deduzidos dos valores a serem pagos, ou recolhidos em favor do Órgão, ou deduzidos da garantia, ou ainda, quando for o caso, serão inscritos na Dívida Ativa e cobrados judicialmente.

12.6.1. Caso a Contratante determine, a multa deverá ser recolhida no prazo máximo de 10 (dez) dias, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela autoridade competente.

12.7. As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou, no caso das multas, cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis.

13. CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DA RESCISÃO CONTRATUAL

13.1. São motivos para a rescisão do presente Contrato, nos termos do art. 78 da Lei nº 8.666, de 1993:

I. o não cumprimento de cláusulas contratuais, especificações, projetos ou prazos;

II. o cumprimento irregular de cláusulas contratuais, especificações, projetos e prazos;

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Fls. 131

III. a lentidão do seu cumprimento, levando a Administração a comprovar a impossibilidade da conclusão do serviço, nos prazos estipulados;

IV. o atraso injustificado no início do serviço;

V. a paralisação do serviço, sem justa causa e prévia comunicação à Administração;

VI. a subcontratação total ou parcial do seu objeto, a associação da CONTRATADA com outrem, a cessão ou transferência, total ou parcial, bem como a fusão, cisão ou incorporação, não admitidas no Contrato;

VII. o desatendimento às determinações regulares da autoridade designada para acompanhar e fiscalizar a sua execução, assim como as de seus superiores;

VIII. o cometimento reiterado de faltas na sua execução, anotadas na forma do § 1° do art. 67 da Lei n° 8.666, de 1993;

IX. a decretação de falência, ou a instauração de insolvência civil;

X. a dissolução da sociedade, ou falecimento da CONTRATADA;

XI. a alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da CONTRATADA, que prejudique a execução do Contrato;

XII. razões de interesse público, de alta relevância e amplo conhecimento, justificadas e determinadas pela máxima autoridade da esfera administrativa a que está subordinada a CONTRATANTE e exaradas no processo administrativo a que se refere o Contrato;

XIII. a supressão, por parte da Administração, de serviços, acarretando modificação do valor inicial do Contrato além do limite permitido no § 1° do art. 65 da Lei n° 8.666, de 1993;

XIV. a suspensão de sua execução, por ordem escrita da Administração, por prazo superior a 120 (cento e vinte) dias, salvo em caso de calamidade pública, grave perturbação da ordem interna, guerra, ou ainda por repetidas suspensões que totalizem o mesmo prazo, independentemente do pagamento obrigatório de indenização pelas sucessivas e contratualmente imprevistas desmobilizações, mobilizações e outras previstas, assegurada à CONTRATADA, nesses casos, o direito de optar pela suspensão do cumprimento das obrigações assumidas, até que seja normalizada a situação;

XV. o atraso superior a 90 (noventa) dias dos pagamentos devidos pela Administração, decorrentes de serviços, fornecimento, ou parcelas destes, já recebidos ou executados, salvo em caso de calamidade pública, grave perturbação da ordem interna ou guerra, assegurada à CONTRATADA o direito de optar pela suspensão de cumprimento de suas obrigações, até que seja normalizada a situação;

XVI. a não liberação, por parte da Administração, do objeto para execução do serviço, nos prazos contratuais;

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

XVII. a ocorrência de caso fortuito ou de força maior, regularmente comprovada, impeditiva da execução do Contrato;

XVIII. o descumprimento do disposto no inciso V do art. 27 da Lei nº 8.666, de 1993, sem prejuízo das sanções penais cabíveis.

13.2. Os casos da rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

13.3. A rescisão deste Contrato poderá ser:

13.3.1. determinada por ato unilateral e escrito da Administração, nos casos enumerados nos incisos I a XII, XVII e XVIII desta cláusula;

13.3.2. amigável, por acordo entre as partes, reduzida a termo no processo, desde que haja conveniência para a Administração;

13.3.3. judicial, nos termos da legislação.

13.4. A rescisão administrativa ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.

13.5. Quando a rescisão ocorrer com base nos incisos XII a XVII desta cláusula, sem que haja culpa da CONTRATADA, será esta ressarcida dos prejuízos regularmente comprovados que houver sofrido, tendo ainda direito a:

13.5.1. pagamentos devidos pela execução do Contrato até a data da rescisão.

13.6. A rescisão por descumprimento das cláusulas contratuais acarretará a retenção dos créditos decorrentes do Contrato, até o limite dos prejuízos causados à CONTRATANTE, além das sanções previstas neste instrumento.

13.7. O termo de rescisão deverá indicar, conforme o caso:

13.7.1. Balanço dos eventos contratuais já cumpridos ou parcialmente cumpridos;

13.7.2. Relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos;

13.7.3. Indenizações e multas.

14. CLÁUSULA CATORZE - DA PUBLICAÇÃO

14.1. Incumbirá à CONTRATANTE providenciar a publicação do extrato deste Contrato na Imprensa Oficial, até o quinto dia útil do mês seguinte ao de sua assinatura, para ocorrer no prazo de 20 (vinte) dias daquela data.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Fls. 132

15. CLÁUSULA QUINZE - DO FORO

15.1. Fica eleito o foro da Comarca de Boca da Mata, Estado de Alagoas, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja, para dirimir quaisquer questões oriundas do presente Contrato.

E assim, por estarem de acordo, ajustados e contratados, após lido e achado conforme, as partes a seguir firmam o presente Contrato em 02 (duas) vias, de igual teor e forma, para um só efeito., na presença de 02 (duas) testemunhas abaixo assinadas.

Município de Boca da Mata, em xx de xxxxxx de 20xx.

_____ _____

Pela CONTRATANTE Pela CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

_____ _____

Nome: Nome:

CPF nº: CPF nº:

Identidade nº: Identidade nº:

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 133

ANEXO VI

BRIEFING

CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

PROCESSO Nº 1018-019/2013

CAMPANHA IPTU 2014

Histórico

O Imposto Predial e Territorial Urbano é previsto em lei e válido para todos os residentes na zona urbana do Município. O imposto tem um forte caráter social, pois o que é arrecadado é destinado à saúde e educação, conforme previsto na Constituição Federal, bem como em demais áreas, como na execução de obras e de serviços essenciais, a exemplo da limpeza pública e da coleta de lixo.

Em Boca da Mata, a arrecadação do IPTU necessita de uma alavancada, o que se pretende ser realizado no governo do Prefeito Gustavo Dantas Feijó, revertendo em benefícios para toda a população.

Além do investimento em saúde, educação, obras e serviços, a Prefeitura de Boca da Mata pretende estimular o pagamento do IPTU através de uma campanha de sorteios de prêmios, que inclui, entre diversos prêmios, um carro 0 KM. Portanto, além de contribuir com a melhoria da cidade, quem paga o imposto em dia ainda tem a chance de concorrer a prêmios significativos.

Outra vantagem estabelecida pela Prefeitura de Boca da Mata é a condição facilitada de pagamento. Quem decide pagar o imposto em cota única deverá ser beneficiado com descontos. Quem não opta pela cota única pode parcelar o pagamento e ainda continuar a concorrer a prêmios.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

A Prefeitura Municipal realiza, anualmente, divulgação em televisão, rádio, impressos e internet, a fim de estimular o pagamento em dia do IPTU.

Produto

Pagamento do IPTU, sendo que na primeira fase da campanha, que vai até o dia 31 de março, deve ser estimulado o pagamento em cota única com desconto de 10%.

Oferta Principal:

O IPTU é revertido em benefícios para toda a população. Quem paga o imposto, investe na cidade.

O diferencial a ser explorado na campanha é o Sorteio de carro 0 km para quem pagar a cota única.

Benefício

O dinheiro do IPTU é investido em educação, saúde, limpeza pública, pavimentação de ruas, praças, iluminação e construção de obras.

Público-alvo

Toda a população, de todos os bairros, de todas as classes sociais.

Influenciadores:

O próprio Governo, a partir das campanhas publicitárias.

Formadores de opinião:

Vereadores, lideranças comunitárias, imprensa, cidadãos já beneficiados com sorteios de prêmios.

A comunicação deve ser dirigida a toda a população. O imposto é coletivo (e democrático).

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Fls. 134

Objetivos de marketing

O objetivo quantitativo é aumentar progressivamente a arrecadação, enquanto o objetivo qualitativo é fazer compreender que o pagamento do IPTU não deve ser visto como uma imposição da Lei (obrigação), mas como um dever social, um ato de cidadania, que se materializa em um investimento que o cidadão faz na sua própria. Portanto, é importante pagar o IPTU, pois de sua arrecadação depende o bem estar de todos.

Objetivos de comunicação

Informativo e educativo. Precisamos dizer ao contribuinte que, ao pagar o imposto em dia, além de investir na cidade, irá concorrer a um carro 0km.

Projeto

Deve-se criar impresso, spot de rádio, banner policromia, web banner, anúncio de jornal.

A campanha deverá ser veiculada nos meios rádio, internet e mídia exterior.

Tom da comunicação

Educativo, emocional.

Período

Criar campanha de 30 dias

Verba

100 mil reais (cem mil reais)

Palavras-chave

Governo Popular / Transparência, Seriedade / Cidadão de sorte / Investindo na Cidade / Educação, Saúde, Pavimentação de ruas, Limpeza, Iluminação, Obras.

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 135

Diário Oficial

Maceio - Quinta-feira
10 de Abril de 2014
Edição Eletrônica Certificada Digitalmente conforme LEI Nº 7.397/2012

Estado de Alagoas
Unidade Federativa do Brasil

Assinado digitalmente pela COMPANHIA DE EMPREENDIMENTOS, INTERMEDIAÇÃO E PARCERIAS DE ALAGOAS - CEPAL
Data: Quinta-feira, 10 de Abril de 2014 às 0:00:00

Ano 102 - Número 71

Diário dos Municípios

Prefeitura de Arapiraca

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARAPIRACA
EXTRATO DE CONTRATO Nº 023/2014

OBJETO: Aquisição de bolsas drenáveis, Kits de Bolsas e Placas Drenáveis para Colostomia/Ileostomia, Pasta para nivelar e Cinto Elástico.
LICITAÇÃO: Pregão Eletrônico nº 054/2013
CONTRATANTE: FUNDO MUNICIPAL DE SAÚDE DE ARAPIRACA – AL
CONTRATADA: TECNOVIDA COMERCIAL LTDA
CNPJ: 01.884.446/0001-99
DOS RECURSOS: As despesas decorrentes desta contratação, correrão a conta do Programa de Trabalho 114.14.10.305.1110.6.068 - Manutenção das Ações de Atenção da Média e Alta Complexidade – Elemento de despesa 3.3.90.32.00.00.00.00.0402 e 3.3.90.32.00.00.00.00.0040
VALOR: O Valor global do referido contrato é de R$ 88.750,00 (oitenta e oito mil, setecentos e cinquenta reais), já estão incluídas todas as despesas diretas e indiretas especificadas na proposta da CONTRATADA.
DOS SIGNATÁRIOS: Célia Maria Barbosa Rocha e Amanda Luisa de Mendonça.
DATA DA ASSINATURA: 11 de Fevereiro de 2014

Prefeitura de Boca da Mata

AVISO DE LICITAÇÃO
CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

Modalidade/Nº: Concorrência nº 001/2014 – Tipo: Técnica e Preço – Objeto: contratação de Agência de Publicidade para prestação de serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas com o fim específico de divulgar as ações da Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL – Data/Horário: 27 de maio de 2014 às 10:00hs (dez horas) – Local: Rua Ladislau Coimbra, nº 102, Centro – Edital e Informações: No endereço acima, de 09 às 13 horas em dias úteis, ou mediante solicitação enviada ao e-mail cplbocadamata.al@hotmail.com

BERGSON ARAUJO LEITE
Presidente da CPL

AVISO DE LICITAÇÃO
PREGÃO PRESENCIAL Nº 004/2014-SRP

Modalidade/Nº: Pregão Presencial nº 004/2014-SRP – Tipo: Menor Preço – Objeto: Contratação de empresa seguradora para prestação de serviços continuados de seguro de automóveis – Data/Horário: 28 de abril de 2014 às 10:00hs (dez horas) – Local: Rua Ladislau Coimbra, nº 102, Centro – Edital e Informações: No endereço acima, de 09 às 13 horas em dias úteis, ou mediante solicitação enviada ao e-mail cplbocadamata.al@hotmail.com.

BERGSON ARAUJO LEITE
Pregoeiro

Prefeitura de Campo Alegre

ESTADO DE ALAGOAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPO ALEGRE

AVISO DE LICITAÇÃO
TOMADA DE PREÇOS Nº 003/2014 – EMPREITADA POR PREÇO POR LOTE

OBJETO: Obras de Engenharia – Reforma em 03 (três) Unidades Básicas de Saúde
LOCAL/DATA: Sala de Reuniões desta Prefeitura, situada a Avenida Monsenhor Hildebrando Verissimo Guimarães, 002 – 1º Andar, Centro, Campo Alegre/AL, dia 28 de Abril de 2014 às 09:00
FUNDAMENTAÇÃO LEGAL: Lei Federal nº 8.666/93, Lei Complementar n.º 123/06
INFORMAÇÕES: O edital encontra-se à disposição dos interessados das 08:00 às 11:00 horas na Sede da Comissão Permanente de Licitação situada a Avenida Monsenhor Hildebrando Verissimo Guimarães, nº 002 – 1º Andar, Centro, Campo Alegre/AL.

Campo Alegre/AL, 08 de abril de 2014
Bárbara Regina dos Santos
Presidente da CPL

Prefeitura de Capela

TERMO DE HOMOLOGAÇÃO
PREGÃO PRESENCIAL Nº 010/2014

OBJETO: AQUISIÇÃO DE PEIXES DESTINADOS A SECRETARIA DE ASSITÊNCIA SOCIAL. Cumprindo as formalidades legais, na conformidade do que preceitua as Leis Federais nº 10.520/2002 e 8.666/93, HOMOLOGO o procedimento licitatório na Modalidade PREGÃO PRESENCIAL 010/2014, objeto a aquisição de AQUISIÇÃO DE PEIXES DESTINADOS A SECRETARIA DE ASSITÊNCIA SOCIAL, tendo como vencedora a Empresa: OKLA COMERCIAL LTDA, CNPJ: 08.072.648/0001-85, no valor de R$ 49.200,00 (quarenta e nove mil e duzentos reais), que produza seus legais e jurídicos efeitos.

Luiz Eustaquio Silveira Moreira Filho
PREFEITO

Prefeitura de Coitédo Noia

AVISO DE LICITAÇÃO
PREGÃO PRESENCIAL N.º 07/2014

OBJETO: aquisição de gêneros alimentícios para a merenda escolar dos alunos matriculados no Ensino Fundamental, Pré-Escola, Creche, Eja e o Programa Mais Educação da Rede Municipal de Ensino de Coité do Nóia.
abertura: 25 de abril de 2014, às 09:00 horas.
FUNDAMENTAÇÃO LEGAL: Lei 10.520/02, subsidiada pela Lei 8.666/93 e suas alterações.
DISPONIBILIDADE DO EDITAL E INFORMAÇÕES: Comissão Permanente de Licitação, na Rua José Belarmino, 160, Centro – Coité do Nóia – AL, CEP: 57.325-000, das 8:00 às 12:00 horas, ou pelo e-mail: licitacao.coitedonoia@gmail.com

Coité do Nóia – AL, 09 de abril de 2014.
SIDINEA ROSE SILVA COSTA
Pregoeira – Port. N.º 03/2014

Prefeitura de Coruripe

PREFEITURA MUNICIPAL DE CORURIPE
AVISO DE LICITAÇÃO
TOMADA DE PREÇOS Nº 01/2014

OBJETO: Serviços de Extensão de Energia Elétrica. TIPO: Menor preço por lote. LOCAL/DATA: Sala de Reuniões da Comissão de Licitação, situada à Rua Floriano Peixoto, 266, Centro, Coruripe/AL, dia 08 de maio de 2014, às 09:00 horas. INFORMAÇÕES: O edital encontra-se à disposição dos interessados, das 08:00 às 12:00 horas, na Sede da Secretaria de Trânsito, Transporte e Suprimentos.

Coruripe/AL, 09 de abril de 2014.
Humberto Fernandes Costa
Presidente da CPL

PREFEITURA MUNICIPAL DE CORURIPE

EXTRATO DA ATA DE REGISTRO DE PREÇOS Nº 037/2013-2ª CHAMADA

PROCESSO No. 1016-010/2013. Fundamento Legal: Leis Federais nºs. 8.666/93 e 10.520/2002. Partes: Município de Coruripe/AL e Thâmara Comércio e Serviços Ltda. – EPP. Objeto: Aquisição de Gêneros Alimentícios. Valor: Lote 1 - R$ 191.398,38; Lote 2 – R$ 57.798,30; Lote 3 - R$ 58.997,60; Lote 4 - R$ 37.119,81; e Lote 5 - R$ 3.570,00. Recursos: Órgão: 10 – Secretaria Municipal de Assistência Social, do Trabalho e da Mulher; Unidade: 11 – Fundo Municipal de Assistência Social; Proj./Ativ.: 6.065 – Manutenção do Centro de Referencia de Assistência Social; Categoria Economica. 3.3.90.30 – Material de Consumo. Órgão: 10 – Secretaria Municipal de Assistência Social, do Trabalho e da Mulher;

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 126

EUROESTUDIOS INGENIEROS DE CONSULTA, S.L (ESPANHA)
APRESENTOU PROPOSTA
Critérios - Subcritérios
I Adequação e qualidade da metodologia proposta e plano de trabalho em resposta aos Termos de Referência (TDRs): 27,33
Abordagem técnica e Metodologia: 13,33
Plano de Trabalho: 6,50
Organização e Alocação em Pessoal: 7,50
II Qualificações e competência dos Especialistas Principais para o serviço: 64,97
Engenheiro Supervisor - Coordenador: 37,05
Engenheiro Residente: 27,92
TOTAL GERAL - NOTA MÉDIA: 92,30
PREÇO OFERECIDO NA PROPOSTA FINANCEIRA: R$ 2.667.863,41
CONSULTORAS E NOTAS
DUCTOR IMPLANTAÇÃO DE PROJETOS LTDA.(BRASIL) - APRESENTOU PROPOSTA.
NOTA TÉCNICA: 93,51 / NOTA PREÇO: 47,45 / NOTA FINAL: 84,30 / CLASSIFICAÇÃO: 3ª
CONSÓRCIO FORMADO PELAS EMPRESAS SETEC INTERNACIONAL (FRANÇA) E SETEC HIDROBRASILEIRA (BRASIL), QUE TEM COMO EMPRESA LÍDER A SETEC INTERNACIONAL (FRANÇA)
NOTA TÉCNICA: 89,52 / NOTA PREÇO: 41,49 / NOTA FINAL: 79,91 / CLASSIFICAÇÃO: 4ª
CONSÓRCIO FORMADO PELAS EMPRESAS EUROESTUDIOS INGENIEROS DE CONSULTA, S.L. (ESPANHA) / ECR (BRASIL), QUE TEM COMO EMPRESA LÍDER A EUROESTUDIOS INGENIEROS DE CONSULTA, S.L (ESPANHA)
NOTA TÉCNICA: 92,30 / NOTA PREÇO: 100 / NOTA FINAL: 93,84 / CLASSIFICAÇÃO: 1ª
INCOYDESA INGENNYA,S.L. (ESPANHA)
NOTA TÉCNICA: 86,48 / NOTA PREÇO: 89,84 / NOTA FINAL: 87,15 / CLASSIFICAÇÃO: 2ª
CONSÓRCIO FORMADO PELAS EMPRESAS TNM TECHNOLOGY AND MANAGEMENT LTD. (ISRAEL) E ARS CONSULT (BRASIL), QUE TEM COMO EMPRESA LÍDER A TMN TECHNOLOGY AND MANAGEMENT LTD. (ISRAEL).
NOTA TÉCNICA: 88,79 / NOTA PREÇO: 37,01 / NOTA FINAL: 78,44 / CLASSIFICAÇÃO: 5ª
Consultora Selecionada: EUROESTUDIOS INGENIEROS DE CONSULTA, S.L. (ESPANHA) / ECR (BRASIL), QUE TEM COMO EMPRESA LÍDER A EUROESTUDIOS INGENIEROS DE CONSULTA, S.L
Nacionalidade da Consultora Selecionada (ESPANHA)
Preço total do contrato: R$ 2.709.374,48
Duração do contrato: 26 meses
Resumo do escopo de contrato: SUPERVISÃO E AUDITORIAS TÉCNICAS DE OBRAS DE REABILITAÇÃO DE RODOVIAS DO PROJETO DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL INTEGRADO E SUSTENTÁVEL (PDRIS).

Palmas, 7 de abril de 2014
VIVIANNE FRANTZ BORGES DA SILVA
Presidente da Comissão Permanente de Licitações Internacionais

ESTADO DO ACRE
PREFEITURA MUNICIPAL DE BRASILÉIA

EXTRATO DE TERMO ADITIVO

Espécie: PRIMEIRO TERMO ADITIVO AO CONTRATO Nº 02/2014
TOMADA DE PREÇOS Nº 001/2013 - CPL
CONTRATANTE/GESTORA: PREFEITURA MUNICIPAL DE BRASILÉIA.
CONTRATADO: CONSTRUTORA AGAPE LTDA, CNPJ: 07.931.393/0001-04
OBJETO: Contratação de Empresa de Engenharia para Construção de calçadas.
DATA ADITIVO: fica prorrogado, findando-se no dia 13 de dezembro de 2013.
PAGAMENTO: Para o pagamento a contratada apresentara a planilha ou boletim de medição assinada e carimbada pelo profissional responsável da obra.
DATA DO CONTRATO: 06 de Novembro de 2013

AVISO DE HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO TOMADA DE PREÇOS Nº 1/2014

Para que se produzam os efeitos legais em sua plenitude, HOMOLOGO o procedimento licitatório referente a Tomada de preço n.º 01/2014 pelo critério de menor preço global e, em conseqüência, ADJUDICO o objeto da licitação LOTE 1 com a valor de R$ 165.502,51 (cento e sessenta e cinco mil, quinhentos e dois reais e cinqüenta centavos), para empresa) GESPP COSTRUÇÕES LTDA, Cnpj: 05.502.632/0001-77, para Contratação de Empresa de Engenharia para Construção Reforma e Revitalização de Áreas de Esporte - Estádio Municipal de Futebol, objeto da presente Pregão, de acordo com o constante da Proposta de Preços e Ata de Julgamento e parecer elaborados pela Comissão Permanente de Licitação - CPL, que passam a fazer parte integrante do presente Instrumento.

Brasiléia-AC, 9 de abril de 2014
EVERALDO GOMES PEREIRA DA SILVA
Prefeito

AVISO DE LICITAÇÃO TOMADA DE PREÇOS Nº 3/2014

TIPO MENOR PREÇO GLOBAL - OBJETO: Contratação de Empresa de Engenharia para Construção de Guarita de Vigilância no Lixão e o isolamento da área com arame liso. Data da Abertura: 28 de Abril 2014, às 11h00. O Edital e seus anexos encontram-se a disposição dos interessados para consulta e aquisição, de segunda a sexta- feira das 07h30minh as 17h00minh, na sala da Comissão Permanente de Licitação, na sede da Prefeitura Municipal de Brasiléia, situada na Av. Rolando Moreira n.º 198 - Centro, em Brasiléia/AC, Telefone: (68) 3546-4661. Os interessados deverão comparecer munidos com respectivos carimbos e do CNPJ.
Retirada: 10 a 25 de Abril de 2014.

Brasiléia-AC, 9 de abril de 2014
JAMISON NASCIMENTO DE LIMA
Presidente CPL/PMB

PREFEITURA MUNICIPAL DE BUJARI

EXTRATO DE REGISTRO DE PREÇOS

REGISTRO DE PREÇO Nº 001/2014 - PROCESSO Nº 258/2014 PREGÃO PRESENCIAL PARA REGISTRO DE PREÇO Nº 003/2014 - CPL OBJETO: OBJETO:Registro de Preços para Aquisição de Gêneros Alimentícios (Perecíveis) para atender as demandas da Secretaria Municipal de Educação, conforme especificação constante no Pregão Presencial para Registro de Preços nº 003/2014. As despesas decorrentes da referida contratação estão previstas no orçamento Ent. 10. Órgão 12.306.006, Gab. Da Secretaria Munic. De Educação, Proj. /Atividade: 2.030,2033 e 2034 - Merenda Escolar - Elemento de Despesa: 3.3.90.30.00 001(RP) e 016(FNDE). VALOR REGISTRADO: R$ 477.112,13 (quatrocentos e setenta e sete mil cento e doze reais e treze centavos). VALIDADE DA ATA: 12 (doze) meses. DATA DA ASSINATURA: 31/03/2014. ASSINAM: ANTONIO RAIMUNDO DE BRITO RAMOS, pela PREFEITURA MUNICIPAL DE BUJARI (contratante) e o Sr. GILIARDI CUNHA DE OLIVEIRA, pela empresa (fornecedor/contratada).

PREFEITURA MUNICIPAL DE RIO BRANCO SECRETARIA MUNICIPAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E FINANÇAS - SEFIN DEPARTAMENTO DE LICITAÇÃO - DELIC

AVISOS DE LICITAÇÃO PREGÃO PRESENCIAL Nº 51/2014 - SRP

Objeto: Aquisição de Lanche Preparado (Salgados, pães, sucos e outros)
Origem: Secretaria Municipal de Cidadania e Assistência Social - SEMCAS
Data da Abertura: 29/04/2014 às 14h30min (quatorze horas e trinta minutos)
Retirada do Edital: 11/04/2014 a 28/04/2014 Horário: 7h às 18h.
Através do e-mail: cpl@riobranco.ac.gov.br ou na CEL/PMRB - Rua Amazonas, 466 - Cerâmica, Altos da Galeria Real - Rio Branco-AC - CEP: 69.905-074.
Fonte de Recurso: 01 (Recurso Próprio), 06 (Convênio Federal) e 17 (Fundo a Fundo)
Tipo de Licitação: Menor Preço;
Regência Legal: Lei Federal 10.520 de 17/07/2002, Decreto Municipal Nº . 769 de 07/11/2005, Decreto Municipal Nº 2.479 de 27/12/2007 e demais legislação correlata, aplicando-se subsidiariamente, no que couber, a Lei Federal 8.666/93.

PREGÃO PRESENCIAL Nº 48/2014 - SRP

Objeto: Aquisição de Material de Consumo (Higiene Pessoal).
Origem: Secretaria Municipal de Cidadania e Assistência Social - SEMCAS
Data da Abertura: 28/04/2014 às 09h00min (nove horas)
Retirada do Edital: 11/04/2014 a 25/04/2014 Horário: 7h às 18h.
Através do e-mail: cpl@riobranco.ac.gov.br ou na CEL/PMRB - Rua Amazonas, 466 - Cerâmica, Altos da Galeria Real - Rio Branco-AC - CEP: 69.905-074.
Fonte de Recurso: 01 (Recurso Próprio), 06 (Convênio Federal) e 17 (Fundo a Fundo)
Tipo de Licitação: Menor Preço;
Regência Legal: Lei Federal 10.520 de 17/07/2002, Decreto Municipal Nº . 769 de 07/11/2005, Decreto Municipal Nº 2.479 de 27/12/2007 e demais legislação correlata, aplicando-se subsidiariamente, no que couber, a Lei Federal 8.666/93.

PREGÃO PRESENCIAL Nº 50/2014 - SRP

Objeto: Aquisição de Material de Consumo (Cartucho e Tonner).
Origem: Secretaria Municipal de Cidadania e Assistência Social - SEMCAS
Data da Abertura: 29/04/2014 às 09h00min (nove horas)
Retirada do Edital: 11/04/2014 a 28/04/2014 Horário: 7h às 18h.
Através do e-mail: cpl@riobranco.ac.gov.br ou na CEL/PMRB - Rua Amazonas, 466 - Cerâmica, Altos da Galeria Real - Rio Branco-AC - CEP: 69.905-074
Fonte de Recurso: 01 (Recurso Próprio), 06 (Convênio Federal) e 17 (Fundo a Fundo)
Tipo de Licitação: Menor Preço;
Regência Legal: Lei Federal 10.520 de 17/07/2002, Decreto Municipal Nº . 769 de 07/11/2005, Decreto Municipal Nº 2.479 de 27/12/2007 e demais legislação correlata, aplicando-se subsidiariamente, no que couber, a Lei Federal 8.666/93.

Rio Branco-AC, 9 de abril de 2014.
GABRIEL DE ALMEIDA GOMES
Pregoeiro

PREGÃO PRESENCIAL Nº 49/2014 - SRP

Objeto: Aquisição de Gêneros Alimentícios (Frutas e Verduras).
Origem: Secretaria Municipal de Cidadania e Assistência Social - SEMCAS
Data da Abertura: 28/04/2014 às 14h30min (quatorze horas e trinta minutos)
Retirada do Edital: 11/04/2014 a 25/04/2014 Horário: 7h às 18h.
Através do e-mail: cpl@riobranco.ac.gov.br ou na CEL/PMRB - Rua Amazonas, 466 - Cerâmica, Altos da Galeria Real - Rio Branco-AC - CEP: 69.905-074.
Fonte de Recurso: 01 (Recurso Próprio), 06 (Convênio Federal) e 17 (Fundo a Fundo)
Tipo de Licitação: Menor Preço;
Regência Legal: Lei Federal 10.520 de 17/07/2002, Decreto Municipal Nº . 769 de 07/11/2005, Decreto Municipal Nº 2.479 de 27/12/2007 e demais legislação correlata, aplicando-se subsidiariamente, no que couber, a Lei Federal 8.666/93.

PREGÃO PRESENCIAL Nº 52/2014 - SRP

Objeto: Aquisição de Material de Consumo (Coletes)
Origem: Secretaria Municipal de Cidadania e Assistência Social - SEMCAS
Data da Abertura: 30/04/2014 às 09h00min (nove horas)
Retirada do Edital: 11/04/2014 a 29/04/2014 Horário: 7h às 18h.
Através do e-mail: cpl@riobranco.ac.gov.br ou na CEL/PMRB - Rua Amazonas, 466 - Cerâmica, Altos da Galeria Real - Rio Branco-AC - CEP: 69.905-074.
Fonte de Recurso: 01 (Recurso Próprio), 06 (Convênio Federal) e 17 (Fundo a Fundo)
Tipo de Licitação: Menor Preço;
Regência Legal: Lei Federal 10.520 de 17/07/2002, Decreto Municipal Nº . 769 de 07/11/2005, Decreto Municipal Nº 2.479 de 27/12/2007 e demais legislação correlata, aplicando-se subsidiariamente, no que couber, a Lei Federal 8.666/93.

Rio Branco-AC, 9 de abril de 2014.
WILTON DIOGO DE OLIVEIRA
Pregoeiro

PREFEITURA MUNICIPAL DE SENADOR GUIOMARD

RETIFICAÇÃO

No Diário Oficial da União nº 66 de 7 de abril de 2014, página 217, que publicou o Aviso de Licitação do Pregão SRP nº 008/2014, Onde se lê: aquisição de material de consumo em geral. Leia-se: aquisição de material de consumo em geral e permanente.

ESTADO DE ALAGOAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA

AVISOS DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 1/2014

Tipo: Técnica e Preço

Objeto: contratação de Agência de Publicidade para prestação de serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas com o fim específico de divulgar as ações da Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL - Data/Horário: 27 de maio de 2014 às 10:00hs (dez horas) - Local: Rua Ladislau Coimbra, nº 102, Centro - Edital e Informações: No endereço acima, de 09 às 13 horas em dias úteis, ou mediante solicitação enviada ao e-mail cplbocadamata.al@hotmail.com.

BERGSON ARAUJO LEITE
Presidente da CPL

PREGÃO PRESENCIAL Nº 4/2014-SRP

Tipo: Menor Preço

Objeto: Contratação de empresa seguradora para prestação de serviços continuados de seguro de automóveis - Data/Horário: 28 de abril de 2014 às 10:00hs (dez horas) - Local: Rua Ladislau Coimbra, nº 102, Centro - Edital e Informações: No endereço acima, de 09 às 13 horas em dias úteis, ou mediante solicitação enviada ao e-mail cplbocadamata.al@hotmail.com.

BERGSON ARAUJO LEITE
Pregoeiro

Este documento pode ser verificado no endereço eletrônico http://www.in.gov.br/autenticidade.html, pelo código 00032014041000224

Documento assinado digitalmente conforme MP nº 2.200-2 de 24/08/2001, que institui a Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira - ICP-Brasil.

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 137

CidadesemFoco

ROBERTO BAIA robertobaiabarros@hotmail.com

Puxou o tapete?

O Governador **Teotonio Vilela** incentivou de todas as formas a pré-candidatura de Marcos Fireman para disputar o Governo de Alagoas. Foram reuniões intermináveis, com largos sorrisos, abraços apertados e tapinhas nas costas. O resultado, todo estado de Alagoas viu, principalmente Fireman: Teo anunciou a candidatura de Eduardo Tavares a sua sucessão. Foi covardia? Bom, que sabe responder a essa pergunta com certeza é o próprio Marcos Fireman.

Reunião na SMTT

Os vereadores Moisés Machado, Professora Graça, Aurélia Fernandes, Doutor Fábio, Edvânio do Zé Baixinho, Ronaldy Vital Rios (Roninho), Dorge do Queijo, Josias Albuquerque, Sérgio do Sindicato, Fabiana Pessoa, Fabiano Leão e Márcio Marques, estiveram reunidos na manhã de quarta-feira (9), com uma comissão formada pelos agentes de trânsito da SMTT de Arapiraca.

Fiscal de trânsito

Na reunião, Ricardo Pereira da Silva, Daniel dos Santos Silva, Fausto Barbosa Tavares, Caio Cesar Nunes e Marcos Pepeu, discutiram com os vereadores o projeto que institui o enquadramento, funções, disciplina e conduta do cargo de fiscal de trânsito, que passará a ser denominado de Agente da Autoridade do Trânsito e que está tramitando nas Comissões Permanentes da Casa.

Divergência

Durante a reunião, vereadores e agentes de trânsito encontraram pontos divergentes em alguns artigos, quando questionam que com a mudança de nomenclatura, algumas gratificações serão retiradas.

Com Teófilo

Ficou definido que a vereadora Professora Graça ser reunirá, ainda esta semana, com o Superintendente Municipal de Transporte e Trânsito, Ricardo Teófilo, para discutir esses pontos divergentes e saber quais as possibilidades de uma melhor adequação.

Puxou o tapete

O Governador Teotonio Vilela incentivou de todas as formas a pré-candidatura de Marcos Fireman para disputar o Governo de Alagoas. Foram reuniões intermináveis, com largos sorrisos, abraços apertados e tapinhas nas costas. O resultado, todo estado de Alagoas viu, principalmente Fireman: Teo impôs e empurrou goela abaixo a candidatura de Eduardo Tavares.
Foi covardia? Bom, que sabe responder a essa pergunta com certeza é o próprio Marcos Fireman.

Arapiraca

A Prefeitura de Arapiraca sediou nesta quinta-feira (10), no auditório da Associação dos Aposentados e Pensionistas e Idosos de Arapiraca (AAPIAR), no bairro Cacimbas, a II Conferência Regional de Economia Solidária.

Parceria

O evento é uma idealização do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) e da Secretaria de Estado de Trabalho, Emprego e Qualificação Profissional (Seteq), em parceria com a Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Serviços (Semics).

Em Brasília

O encontro reunirá empreendedores econômicos solidários da região, com o objetivo de gerar trabalho e renda de forma sustentável para os grupos e comunidades integrados na conferência, através do Projeto Crescer – Baixa da Onça, Baixa da Hora, Bálsamo, Batingas, Pau Ferro, Carrasco e Mercado do Artesanato.
Esta edição servirá como preparatório para a III Conferência Nacional de Economia Solidária, que acontecerá em Brasília, no Distrito Federal, no final do mês de novembro.

Semana Santa

A Prefeitura de Anadia vai garantir à população carente do município a ceia da semana santa e distribuir, gratuitamente, peixe, coco e arroz.
De acordo com o Prefeito José Augusto, serão distribuídos mais de 2 mil kits. "Esta iniciativa é para que os anadienses possam cear em família, e também, sentir um pouco do sentido da Páscoa, esta época de renascimento e renovação para todos", declarou o gestor.
Em parceria com a Secretaria de Assistência Social, o chefe de gabinete Edney Oliveira está pontuando os povoados e bairros que serão beneficiados com a ação, que acontecerá na próxima quinta-feira, 17.

... Médicos e Enfermeiros da Unidade Mista Maria Valência em Maragogi, participaram do curso de capacitação de Teste Rápido para Diagnóstico de HIV e de triagem para sífilis e hepatites B e C.

... O curso foi ministrado pela Secretaria de Saúde do Estado, através dos capacitadores Claudeanne Nascimento e Davi Marcos Tavares. Os médicos Pedro Rafael e Selma Galvão e a enfermeira Ina, foram treinados para serem os multiplicadores das informações no município e já transmitiram seus conhecimentos para os outros profissionais da área realizarem os testes rápidos nas Unidades Básicas de Saúde.

... De acordo com a secretária de saúde Vânia Marinho, o objetivo da capacitação é qualificar e ampliar o acesso da população ao diagnóstico de HIV e detecção da sífilis. "O diagnóstico precoce evita complicações e óbitos pelas doenças e se tratadas adequadamente, o risco da transmissão ao bebê na gestação diminui muito", explicou.

Decreto isenta ICMS para operações da Copa

Decisão contempla, entre outros itens, a importação de bens e equipamentos

O governador Teotonio Vilela assinou na terça-feira (8) o decreto que concede isenção e suspensão do Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação, o ICMS, para operações e prestações vinculadas à Copa do Mundo 2014.

O governo segue orientação do Conselho Nacional de Política Fazendária (Confaz).

O decreto contempla a importação de bens e equipamentos, saídas internas e interestaduais de bens duráveis e mercadorias e doações de bens e equipamentos, desde que destinados ao uso exclusivo na Copa do Mundo e direcionados à Fifa (Federação Internacional de Futebol).

A isenção do ICMS também contempla a prestação de serviços de transporte interestadual e intermunicipal e de comunicação contratada, ou pelo Comitê Organizador Brasileiro, ou efetuada diretamente para a Fifa, ou ainda prestada a órgãos da Administração Pública Direta Estadual ou Municipal, desde que vinculados à organização ou realização da Copa.

O Estádio Rei Pelé, no Trapiche, será o centro de treinamento da seleção de Gana, que deve chegar a Maceió cinco dias antes do início do mundial, em junho deste ano.

A seleção terá dois jogos no Nordeste, na primeira fase do evento.

Em 4 de abril, em uma visita oficial ao estádio, o ministro do Esporte, Aldo Rebelo, afirmou que Maceió e Alagoas ganham muito recebendo a seleção de Gana.

Isenção de ICMS *serve para produtos e serviços exclusivos da Copa*

GRX – GESTÃO DE NEGÓCIOS E EMPREENDIMENTOS S/A – Sociedade Anônima de Capital Fechado.

ANÚNCIO DE DISPONIBILIZAÇÃO DE DOCUMENTOS DA ADMINISTRAÇÃO.

A empresa GRX – Gestão de Negócios e Empreendimentos S/A, regularmente inscrita no CNPJ sob o n. 12.447.195/0001-45 e com NIRE 27300025455, através de sua Diretora Presidente, Sra. Ramira Lisboa de Moura Lima, no uso das atribuições previstas no Estatuto Social e com termo do Art. 133 da Lei, 6.404/76, comunica aos senhores acionistas que se acham à sua disposição: I. Relatório da Administração; 2. Demonstrações Financeiras, e 3. Parecer dos Auditores Independentes, todo relativo aos exercícios sociais de 2013, 2012, 2011, 2010 e ao período social de 11 de setembro de 2009 a dezembro/2009. As copias poderão ser obtidas no endereço da sua sede social, em dias e horários comerciais (de segunda-feira a sexta-feira das 08:00 às 12:00 e 14:00 às 18:00). Av. Gov. Osman Loureiro, nº 49, Gl. Business Tower, Sl. 402-A, no bairro de Mangabeiras, na cidade de Maceió, estado de Alagoas, CEP: 57.037-630.

Maceió, 09 de abril de 2014
Renira Lisboa de Moura Lima
Diretora Presidente

EDITAL DE NOTIFICAÇÃO COM PRAZO DE 15 DIAS.

MARIA JOSÉ DO NASCIMENTO oficiala do TABELIONATO DE NOTAS E PROTESTO E OFÍCIO DE REGISTRO DE IMÓVEIS, TIT. E DOC. E PESS. JURÍDICAS de Junqueiro, Estado de Alagoas, na forma da Lei, etc,

FAZ SABER aos que o presente edital de notificação virem ou dele tiverem conhecimento, que por este Registro de Imóveis se processa a notificação contra cujo (s) endereços abaixo listados, para purgar a mora, no prazo de 15(quinze) dias, decorrente do contrato de financiamento imobiliário com lastro em alienação fiduciária, que possa sobre seus imóveis, nesta cidade. O débito refere-se às obrigações contratuais, relativos aos contratos habitacionais respectivos, abaixo relacionados, e daqueles que se vencerem acrescidos os encargos legais até a data do purgação da mora.

CONTRATO	MUTUÁRIO	ENDEREÇO DO IMÓVEL
844440321907	JOSE EDAMILSON BATISTA DA SILVA	RUA EM PROJETO Nº 39 – QUADRA I-3 – LOTE 30 LOTEAMENTO PARQUE DO FUTURO III, BAIRRO SAO JORGE - TEOTONIO VILELA/AL. CEP: 57.265-000
844440112619	EVERALDO CAMILO DA SILVA	RUA EM PROEJTO Nº 39 QUADRA F-3, LOTE Nº 39, LOTEAMENTO PARQUE DO FUTURO III, BAIRRO SÃO JORGE TEOTONIO VILELA/AL – CEP: 57.265-000

Esta notificação é feita nos termos do § 4º do art. 26 da Lei 9.514 de 20.11.1997, em virtude de o fiduciante encontrar-se em lugar incerto e não sabido, conforme certificado pela Oficiala do Cartório de Notas e Registros do Único Ofício de Junqueiro.

Dado e passado nesta cidade, aos (dezoito) dias do mês de abril do ano dois mil e quatorze (2014).

MARIA JOSÉ DO NASCIMENTO
Oficiala

PREFEITURA MUNICIPAL DE LIMOEIRO DE ANADIA
AVISO DE LICITAÇÃO PREGÃO PRESENCIAL Nº 014/2014

OBJETO: Contratação de empresa especializada no fornecimento de material de construção destinado ao atendimento da Secretaria Municipal de Serviços Urbanos, Obras e Viação. ABERTURA: 25 de Abril de2014, às 08:00 horas.

PREGÃO PRESENCIAL Nº 015/2014 - OBJETO: Contratação de empresa especializada no fornecimento de material de expediente destinado ao atendimento da Secretaria Municipal de Saúde. ABERTURA: 25 de Abril de2014, às 11:00 horas.

PREGÃO PRESENCIAL Nº 016/2014. OBJETO: Contratação de empresa especializada no fornecimento de enxovais destinado ao atendimento da Secretaria Municipal de Assistência Social. ABERTURA: 30 de Abril de2014, às 08:00 horas.

PREGÃO PRESENCIAL Nº 007/2014 - 2ª CHAMADA. OBJETO: Contratação de empresa especializada no fornecimento de água mineral destinado ao atendimento da Secretaria Municipal de Saúde. ABERTURA: 28 de Abril de 2014, às 08:00 horas.

PREGÃO PRESENCIAL Nº 009/2014 - 2ª CHAMADA. OBJETO: Contratação de empresa especializada na prestação de serviços funerários com o fornecimento de Ataúde e Translado. ABERTURA: 29 de Abril 2014, às 10:00 horas. INFORMAÇÕES: informações disponíveis na sala de licitações, localizado na sede administrativa do Município, localizada na Rua Major Luiz Carlos, 109, Centro, Limoeiro de Anadia – AL, de segunda a sexta das 9h às 13h. Limoeiro de Anadia, 09 de Abril de 2014. Andréia da Silva Pereira - Presidente.

PREFEITURA MUNICIPAL DE RIO LARGO
AVISO DE LICITAÇÃO

O Município de Rio Largo, através da Comissão Permanente de Licitação, avisa que realizará licitação conforme resumo abaixo: MODALIDADE:PREGÃO PRESENCIAL Nº 067/2014, TIPO: MENOR PREÇO POR ITEM. DATA E HORA: 28de abril de 2014 às 9:00hs. LOCAL: Av. Fernando Collor de Mello s/n - Antonio Lins de Souza – Rio Largo/AL. OBJETO: AQUISIÇÃO DE MATERIAL DE LIMPEZA. Os interessados poderão retirar o Edital, bem como seus anexos, no endereço acima citado ou através do email: cplriolargo@hotmail.com. Rio Largo (AL), 09 de abril de 2014. Amanda Fabiola Bezerra de Albuquerque - Presoeira.

MUNICIPIO DE SÃO MIGUEL DOS CAMPOS
AVISO DE PREGÃO PRESENCIAL Nº. 24/2014

O MUNICIPIO DE SÃO MIGUEL DOS CAMPOS, através de sua pregoeira, tornar público para ciência dos interessados, que recebera propostas visando contratação de empresa especializada em serviço de lanches, destinados a atender as atividades da Secretaria Municipal de Saúde e todas as Unidades por ela gerida do Município de São Miguel dos Campos-AL, que ocorrerá às 09hs, do dia 23 de Abril de 2014, na sede da Prefeitura, Av. Dep. Dinay Torres, s/nº, Bairro Geraldo Sampaio, São Miguel dos Campos, Alagoas, CEP – 57240-000, nos moldes da Lei nº 10.520/2002 e Lei 8.666/93. O Edital poderá ser retirado na Sede da Prefeitura do Município de São Miguel dos Campos no horário das 08h00min às 12h00min. São Miguel dos Campos/AL, 10de Abril de 2014. Claudeane Eugênio da Silva - Pregoeira.

ESTADO DE ALAGOAS
SERVIÇO AUTÔNOMO DE ÁGUA E ESGOTO DO MUNICÍPIO DE SÃO MIGUEL DOS CAMPOS

EXTRATO DE FORMALIZAÇÃO DE ATA DE REGISTRO DE PREÇOS N.º SAAE 003/2014, FIRMADA ENTRE O SERVIÇO AUTÔNOMO DE ÁGUA E ESGOTO DO MUNICÍPIO DE SÃO MIGUEL DOS CAMPOS E A EMPRESA NELIA MARIA CYRINO LEAL - ME. REPUBLICAÇÃO. PROCESSO: nº 0214-015/2013. **ORGÃO GERENCIADOR**: O SAAE – **SERVIÇO DE ÁGUA E ESGOTO** do município de São Miguel dos Campos, CNPJ nº 12.265.950/0001-56, com sede no Logradouro José Torres Filho, Quadra "C", Lote 1, São Miguel dos Campos, Alagoas. **FORNECEDOR BENEFICIÁRIO**: **NELIA MARIA CYRINO LEAL - ME**, CNPJ sob o nº 11.109.063/0001-78, com sede na Rodovia Municipal Estrela, s/n, Zona Rural, Caixa Postal 225, Murici, Minas Gerais. **OBJETO DA ATA**: Contratação de pessoas jurídicas para fornecimento de materiais hidráulicos. **VIGÊNCIA**: 12 (doze) meses. **VALOR GLOBAL**: O valor desta é R$ 26.799,92. **DATA DE ASSINATURA**: 13 de janeiro de 2014.

Eletrobras — Ministério de Minas e Energia — BRASIL País rico é país sem pobreza

CENTRAIS ELÉTRICAS BRASILEIRAS S/A - ELETROBRAS
ELETROBRAS / ALAGOAS

AVISO DE REPUBLICAÇÃO

A Companhia Energética de Alagoas, torna público a repetição do PREGÃO ELETRÔNICO Nº 004/2014, devido a alteração no Termo de Referência. Objeto: Contratação de empresa especializada para realização de concurso público para a companhia energética de alagoas, e qual ocorrerá nas seguintes datas e horários. Readertura das propostas às 09:00h do dia 24/04/2014. Sessão da disputa de preços a partir das 10:00h do dia 24/04/2014 (horário de Brasília). A obtenção do Edital está disponível, gratuitamente através dos endereços eletrônicos: www.ceal.com.br ou www.licitanet.com.br ou no endereço: Avenida Fernandes Lima, nº 2349, Gruta de Lourdes, 1º andar, sala 128 (PRS), nesta cidade de Maceió-AL; telefones: (82) 2126-9392/9358, fax: (082) 2126-9393. Publicação anterior feita no dia 21/03/2014, no DOU, nº 56, seção 3, página 136.

Nilton César de Almeida Junior
Processos de Compras e Contratações – PRS-CC

Eletrobras — Ministério de Minas e Energia — BRASIL País rico é país sem pobreza

CENTRAIS ELÉTRICAS BRASILEIRAS S/A - ELETROBRAS
ELETROBRAS / ALAGOAS

AVISO DE MANUTENÇÃO PROGRAMADA Nº 846

Para melhorar a qualidade da energia elétrica, em benefício da população atendida, a ELETROBRAS DISTRIBUIÇÃO ALAGOAS deverá iniciar serviços de manutenção na rede de distribuição e para isso precisará interromper o fornecimento nas seguintes localidades:

QUINTA-FEIRA 17/04/2014

Das 8h às 12h: **BENEDITO BENTES** - Parte da Avenida Benedito Bentes (nas imediações da Rua Alves Correia), Rua São Francisco, Rua C3, Rua C6 e Rua C7 e adjacências. Das 8h30 às 12h: **CLIMA BOM** - Rua e Travessa Bom Jesus, Rua e Travessa Natal e adjacências. Das 8h às 12h: **POÇO** - Rua Capitão Marinho Falcão, Rua Coronel Kleber Rodrigues, Rua Paulino Santiago, Rua Presidente Agostinho da Silva Neves, Rua Lauro Leite Martins, Ruas (H, I, O, S, T, U, V, W, X e Z) e adjacências. Das 10h às 14h: **SÃO MIGUEL DOS MILAGRES** - Conjunto Novo. Das 9h às 11h: **BATALHA** - Rua Manoel Farias e adjacências.

ATENÇÃO: Se os serviços de melhoramento e manutenção forem concluídos antes da hora fixada, a rede elétrica será energizada independentemente de novo comunicado. Como medida de segurança, o cliente deve considerar energizadas todas as suas instalações elétricas durante o período mencionado neste aviso.

Site: www.eletrobrasalagoas.com
A DIRETORIA

MUNICÍPIO DE BOCA DA MATA/AL
AVISO DE LICITAÇÃO – CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

Modalidade/Nº: Concorrência nº 001/2014 – Tipo: Técnica e Preço – Objeto: contratação de Agência de Publicidade para prestação de serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas com o fim específico de divulgar as ações da Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL – Data/Horário: 27 de maio de 2014 às 10:00hs (dez horas) – Local: Rua Ladalau Coimbra, nº 102, Centro – Edital e Informações: No endereço acima, de 09 às 13 horas em dias úteis, ou mediante solicitação enviada ao e-mail cplbocadamata@hotmail.com.

BERGSON ARAUJO LEITE
Presidente da CPL

MUNICÍPIO DE BOCA DA MATA/AL
AVISO DE LICITAÇÃO – PREGÃO PRESENCIAL Nº 004/2014-SRP

Modalidade/Nº: Pregão Presencial nº 004/2014-SRP – Tipo: Menor Preço – Objeto: Contratação de empresa seguradora para prestação de serviços continuados de seguro de automóveis – Data/Horário: 28 de abril de 2014 às 10:00hs (dez horas) – Local: Rua Ladalau Coimbra, nº 102, Centro – Edital e Informações: No endereço acima, de 09 às 13 horas em dias úteis, ou mediante solicitação enviada ao e-mail cplbocadamata@hotmail.com.

BERGSON ARAUJO LEITE
Pregoeiro

PREFEITURA MUNICIPAL DE COITÉ DO NÓIA
AVISO DE LICITAÇÃO – PREGÃO PRESENCIAL N.º 07/2014.

OBJETO: aquisição de gêneros alimentícios para a merenda escolar dos alunos matriculados na Ensino Fundamental, Pré-Escola, Creche, Eja e o Programa Mais Educação da Rede Municipal de Ensino de Coité do Nóia.
ABERTURA: 25 de abril de 2014, às 09:00 horas.
FUNDAMENTAÇÃO LEGAL: Lei 10.520/02, subsidiada pela Lei 8.666/93 e suas alterações.
DISPONIBILIDADE DO EDITAL E INFORMAÇÕES: Comissão Permanente de Licitação, na Rua José Belarmino, 160, Centro – Coité do Nóia – AL, CEP. 57.325-000, das 8:00 às 12:00 horas, ou pelo e-mail: licitacao.coitedonoia@gmail.com

Coité do Nóia – AL, 09 de abril de 2014.
SIDINEA ROSE SILVA COSTA
Pregoeira – Port. N.º 03/2014

PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTANA DO IPANEMA
AVISO DE LICITAÇÃO – TOMADA DE PREÇO Nº 002/14

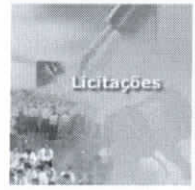
Objeto: CONTRATAÇÃO DE EMPRESA DE ENGENHARIA PARA CONSTRUÇÃO DE CENTRO DE REFERÊNCIA ESPECIALIZADO DE ASSISTENCIA SOCIAL - CREAS.
Abertura: 09:30 hs do dia 28 de Abril de 2014
O edital será disponibilizado na sala da CPL na Rua Cel. Lucena Maranhão, 141 s/n – Monumento – Santana do Ipanema – AL.

DAVID DA SILVA RIBEIRO
Presidente da CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 138

AVISO DE LICITAÇÃO - CONCORRÊNCIA No 001/2014



MUNICÍPIO DE BOCA DA MATA/AL

AVISO DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

Modalidade/Nº: Concorrência nº 001/2014 – Tipo: Técnica e Preço – Objeto: contratação de Agência de Publicidade para prestação de serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas com o fim específico de divulgar as ações da Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL – Data/Horário: 27 de maio de 2014 às 10:00hs (dez horas) – Local: Rua Ladislau Coimbra, nº 102, Centro – Edital e Informações: No endereço acima, de 09 às 13 horas em dias úteis, ou mediante solicitação enviada ao e-mail cplbocadamata.al@hotmail.com.

Bergson Araujo Leite

Presidente da CPL

Curtir 0 +1 0 Tweet 0 Share

« AVISO DE LICITAÇÃO – TOMADA DE PREÇOS Nº 001/2014

AVISO DE LICITAÇÃO – PREGÃO PRESENCIAL Nº 004/2014 »

Noticias Relacionadas

AVISO DE LICITAÇÃO – PREGÃO PRESENCIAL Nº ...

25 de março de 2014

AVISO DE LICITAÇÃO – TOMADA DE PREÇOS ...

25 de março de 2014

ENTREVISTA DO PREFEITO GUSTAVO FEIJÓ COM MENSAGEM ...

11 de outubro de 2013

PORTAL DA TRANSPARÊNCIA

SECRETARIA DE EDUCAÇÃO

NOTA FISCAL ELETRONICA

EDITAIS E LICITAÇÕES

FACEBOOK

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Curtir
235 pessoas curtiram Prefeitura Municipal de Boca da Mata.

DEIXE UM COMENTÁRIO

Name*

Email*

Website

enviar comentário

EM BRANC

BOCA DA MATA
ALAGOAS

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 139

AVISO DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA nº 001/2014

A Comissão Permanente de Licitação do Município de Boca da Mata, Estado de Alagoas, TORNA PÚBLICO que encontra-se aberta a Concorrência nº 001/2014, Tipo Técnica ePreço, que tem como objeto a contratação de Agência de Publicidade para prestação de serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas com o fim específico de divulgar as ações da Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL.

O recebimento e a abertura dos envelopes ocorrerão no dia 27 de maio de 2014, às 10 (dez) horas, no endereço Rua Ladislau Coimbra, nº 102, Centro.

O Edital em inteiro teor poderá ser lido e/ou obtido no endereço acima, em dias úteis, no horário das 09 às 13 horas, ou por meio eletrônico, mediante solicitação enviada ao e-mail cplbocadamata.al@hotmail.com.

Bergson Araujo Leite
Pregoeiro

Cópia publicada no Quadro de Avisos desta Prefeitura em 10/04/2014.

Servidor responsável

EM BRANC

ESTADO DE ALAGOAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA
Comissão Permanente de Licitações

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 140

FORMULÁRIO DE SOLICITAÇÃO DE EDITAL

Através do presente, a empresa abaixo identificada solicita desta Comissão o envio do Edital do procedimento a seguir:

Modalidade/Nº:	**206-2 Sociedade Empresarial Limitada**
Objeto:	**Agência de Publicidade**
Razão Social:	**Sotaque Brasil Publicidade e Propaganda Ltda**
CNPJ:	**01.599.369/0002-06**
Fone / Fax:	**82 3327-6500**
E-mail:	**fernanda.benamor@sotaquepropaganda.com.br**
Responsável:	**Fernanda Benamor**

Local e data:

Maceió, 14 / 04 / 2014

Assinatura do Representante

Carimbo CNPJ

CNPJ 01.599.369/0002-06
SOTAQUE BRASIL PUBLICIDADE
E PROPAGANDA LTDA
Av. da Paz, 1154 - Sala 105
Jaraguá - CEP 57022-050
Maceió - AL

Este formulário deverá ser encaminhado ao e-mail **cplbocadamata.al@hotmail.com.**

EM BRANC

ESTADO DE ALAGOAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA
Comissão Permanente de Licitações

FORMULÁRIO DE SOLICITAÇÃO DE EDITAL

Através do presente, a empresa abaixo identificada solicita desta Comissão o envio do Edital do procedimento a seguir:

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 141

Modalidade/Nº:	**CONCORRENCIA 01/2014**
Objeto:	**CONTRATAÇAO DE AGENCIA DE PUBLICIDADE**
Razão Social:	**NOVAGENCIA PROPAGANDA LTDA**
CNPJ:	**04.668.053/0001-36**
Fone / Fax:	**82 3231 2000**
E-mail:	**jair@novagenciacomunicacao.com.br**
Responsável:	**Jair Rogerio de Lima**

Local e data:

Maceio,15/04/14

Jair Rogerio de Lima
Diretor
Assinatura do Representante

Carimbo CNPJ

04668053/0001-36
NOVAGENCIA PROPAGANDA LTDA
Rua Dr. Antonio Cansanção, 588
Ponta Verde - CEP 57035-190
MACEIÓ — ALAGOAS

Este formulário deverá ser encaminhado ao e-mail **cplbocadamata.al@hotmail.com.**

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 142

Protocolo de Recebimento de Edital

Concorrência nº 001/2014

Processo nº 1018-019/2013

Razão Social: CARNAUBA TAQUES PUBLICIDADE E MARKETING

Nome Fantasia: PLUG COMUNICAÇÃO CNPJ Nº: 37.923.697/0003-06

Endereço: R- João Gualberto Pereira do Carmo, 113, Sala 306

Fone(s)/Fax: (82) 3316-1053 E-mail: lilia@agenciaplug.com

Contato: Lilia Carnauba Celular(es) contato: (82) 9659-2379

Recebemos, nesta data, cópia do edital da Concorrência acima identificada, bem como seus respectivos anexos.

Local e data: Ipioca, 16 de abril de 2014.

Lilia Carnauba de Oliveira

Assinatura

Obs: Preenchimento com "letra de forma"

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

ESTADO DE ALAGOAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA
Comissão Permanente de Licitações

FORMULÁRIO DE SOLICITAÇÃO DE EDITAL

Através do presente, a empresa abaixo identificada solicita desta Comissão o envio do Edital do procedimento a seguir:

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 113

Modalidade/Nº:	Concorrência nº 001/2014 – Tipo: Técnica e Preço
Objeto:	Contratação de Agência de Publicidade para prestação de serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas com o fim específico de divulgar as ações da Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Razão Social:	Clorus Comunicação Integrada Ltda.
CNPJ:	107115720001/32
Fone / Fax:	82 - 3313.2503 / 82 - 9341.5284
E-mail:	atendimento@clorus.com
Responsável:	Thiago Sousa de Oliveira

Local e data:

Maceió, 17/04/2014

Assinatura do Representante

Carimbo CNPJ

CNPJ 10.711.572/0001-32
CLORUS COMUNICACAO INTEGRADA LTDA - ME
Rua Comendador Palmeira, 258
Farol
CEP 57.051-150
MACEIÓ-AL

Este formulário deverá ser encaminhado ao e-mail cplbocadamata.al@hotmail.com.

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 144

Protocolo de Recebimento de Edital

Concorrência nº 001/2014

Processo nº 1018-019/2013

Razão Social: CLORUS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.

Nome Fantasia: CLORUS COMMUNICATION E MARKETING CNPJ Nº: 10711572000132

Endereço: RUA COMENDADOR PALMEIRA, 258, FAROL, CEP: 57051-150

Fone(s)/Fax: 82 - 3313-2503 E-mail: ATENDIMENTO@CLORUS.COM

Contato: THIAGO SOUSA DE OLIVEIRA Celular(es) contato: 82-3313-2503

Recebemos, nesta data, cópia do edital da Concorrência acima identificada, bem como seus respectivos anexos.

Local e data: Maceió, 06 de MAIO de 2014.

Thiago Sousa de Oliveira
Assinatura

Obs: Preenchimento com "letra de forma"

CNPJ 10.711.572/0001-32
CLORUS COMUNICACAO INTEGRADA LTDA - ME.
Rua Comendador Palmeira, 258
Farol
CEP 57.051-150
MACEIÓ-AL

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

Bergson Araújo Leite
Presidente CPL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 145

CARTA DE CREDENCIAMENTO

CONCORRÊNCIA No 001/2014

PROCESSO No 1018-019/2013

Por meio da presente carta, credenciamos WARNEY DE CARVALHO LIMA, , portador(a) da Cédula de identidade nº 1937515 SSP/AL e CPF 042.389.484-67 a participar da Licitação instaurada pela Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL, na modalidade de Concorrência no 001/2014, na qualidade de REPRESENTANTE LEGAL, outorgando-lhe poderes para pronunciar-se em nome da Empresa CLORUS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA., CNPJ 10.711.572/0001-32, bem como para 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 praticar todos os demais atos inerentes ao certame.

Maceió , 26 de maio de 2014.

CLORUS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.
Thiago Sousa de Oliveira
Sócio - Diretor

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 146

PROCURAÇÃO

A Empresa CLORUS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA., inscrita no CNPJ nº 10.711.572/0001-32, sediada na Rua Comendador Palmeira nº 258, Bairro Farol, Maceió-AL, neste ato representada por seu Sócio Administrador THIAGO SOUSA DE OLIVEIRA, inscrito no CPF nº 053.448.954-02, OUTORGA PODERES para WARNEY DE CARVALHO LIMA, inscrito no CPF nº 042.389.484-67, RG nº 1937515, para participar da Licitação instaurada pela Prefeitura Municipal de Boca da Mata/Al, na modalidade de Concorrência no 001/2014, na qualidade de REPRESENTANTE LEGAL, bem como para 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 praticar todos os demais atos inerentes ao certame.

Maceió, 26 de Maio de 2014

5. SERVICO NOTARIAL DE MACEIO-AL
Rua Joao Pessoa, 113-Centro
Fone:3223-3031
RECONHECO A firma por semelhança de
THIAGO SOUSA DE OLIVEIRA
DOU Fé. Maceio,26 de maio de 2014
EM TESTEMUNHO.....DA VERDAD
RAFAEL DE O.CERQUEIRA-Tab.Interino
GASTONNE PONTES DE M.CERQUEIRA-Sub
BENEDITA MARIA DA SILVA-Escrev.
DIONE KARLA B.T.LINS-Escrev.
FEITO POR:BENEDITA MARIA DA SILVA

5º Serviço

Thiago Sousa de Oliveira
RG nº 2.001.001.050.600 – SEDS/AL
Sócio Administrador

5º SERVIÇO NOTARIAL
MACEIÓ - ALAGOAS

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 147

MINISTÉRIO DAS CIDADES
DEPARTAMENTO NACIONAL DE TRÂNSITO
CARTEIRA NACIONAL DE HABILITAÇÃO

CARNEY DE CARVALHO LIMA

DOC. IDENTIDADE / ÓRG. EMISSOR / UF: 1937515 SSP AL
CPF: 042.389.484-67
DATA NASCIMENTO: 09/03/1983
FILIAÇÃO: GENAURO CORREIA LIMA
ELIANA MARQUES DE CARV
ALHO LIMA
PERMISSÃO:
ACC:
CAT. HAB.: AB
Nº REGISTRO: 01834884486
VALIDADE: 06/09/2016
1ª HABILITAÇÃO: 05/06/2001
OBSERVAÇÕES: A
ASSINATURA DO PORTADOR
LOCAL: MACEIO, ALAGOAS
DATA EMISSÃO: 21/09/2011
Luis Augusto Santos Lúcio de Melo
Diretor-Presidente do DETRAN/AL
ASSINATURA DO EMISSOR
0096653859
DETRAN - AL (ALAGOAS)

VÁLIDA EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL
473728750
PROIBIDO PLASTIFICAR
473728750

Confere c/ o original
27 / 05 / 2014

EM BRANC

ALTERAÇÃO E CONSOLIDAÇÃO DO CONTRATO SOCIAL E 2º ADITIVO CONTRATUAL DA SOCIEDADE EMPRESARIA CLORUS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA – ME.

Prefeitura Municipal de Boca da Mata Fls. 148

THIAGO SOUSA DE OLIVEIRA, brasileiro, solteiro, nascido no dia 04/10/1982, publicitário, portador do CPF: 053.448.954-02 e da carteira de identidade nº 2.001.001.050.600 SEDS/AL, residente e domiciliado no Conj. Climério Sarmento, S/N, apt. 204, Bloco 14, Bairro: Jatiúca, CEP: 57.035-700, Maceió – AL, **YURI CHRISTOPHER DE OLIVEIRA ALVES**, brasileiro, solteiro, nascido no dia 06/08/1986, publicitário, portador do CPF: 071.121.624-08 e da carteira de identidade nº 98.001.101.286 SEDS/AL, residente e domiciliado na Avenida Comendador Gustavo Paiva nº 3438 Ap. 801 BL 02, Conjunto residencial San Francisco, Bairro: Mangabeiras, CEP: 57038-000, Maceió – AL , únicos sócios da sociedade mercantil limitada que gira sob a denominação social de **CLORUS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA - ME** , com sede na Av. Mendonça Junior, nº 1162, Sala 02, no bairro da Gruta de Lourdes, CEP: 57052-480, Maceió – AL, devidamente registrada na Junta Comercial do Estado de Alagoas sob o NIRE nº 27200453974 em 23/03/2009 e inscrita no CNPJ sob nº 10.711.572/0001-32, resolvem alterar e consolidar, o seu contrato, mediante as cláusulas abaixo.

CLÁUSULA PRIMEIRA: O capital social passa de R$ 6.000,00 (Seis mil reais), para R$ 100.000,00 (Cem mil reais), dividido em 100.000 (Cem mil) quotas de R$ 1,00 (Hum real) cada uma, cujo aumento no valor de R$ 94.000,00 (Noventa e quatro mil reais) é integralizado neste ato em moeda corrente nacional, ficando distribuído entre os sócios da seguinte forma:

Confere c/ o original
27 / 05 / 2014

NOME	%	VLR. Unit. R$	N.º DE QUOTAS	VALOR EM REAIS
THIAGO SOUSA DE OLIVEIRA	50	1,0	50.000	50.000,00
YURI CHRISTOPHER DE OLIVEIRA ALVES	50	1,0	50.000	50.000,00
TOTAL	100	1,0	100.000	100.000,00

CLÁUSULA SEGUNDA: A sociedade até então sediada na Av. Mendonça Junior, nº 1162, Sala 02, no bairro da Gruta de Lourdes, CEP: 57052-480, Maceió – AL, terá sua nova sede na Rua Comendador Palmeira, nº 258, no bairro do Farol, CEP: 57051-150, Maceió – AL

5º SERVIÇO DE NOTAS
RUA JOÃO PESSOA, 113 - CENTRO - MACEIÓ-AL
Fone/Fax: 3223-3031 / Fax: 3336-1145
Autentico a presente cópia reprográfica a que confere com original.
AUTENTICAÇÃO
Maceió-AL, 21 MAIO 2014
Rafael de Oliveira Cerqueira - Tabelião Interino
Escrevente Autorizado

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE ALAGOAS
Certifico o Registro em: 17/04/2012 Sob Nº 20120128322
Protocolo 12/012832-2 de 12/04/2012 com NIRE 27200453974
CLORUS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA ME
Chancela: 771F-58D6-1279-D9A3-53E2-FE7D-89A3-F250-534E-A9DB

Maceió, 17/04/2012

CARLOS ALBERTO BARROS DE ARAÚJO

5º SERVIÇO DE NOTAS
RUA JOÃO PESSOA, 113 - CENTRO - MACEIÓ-AL
Fone/Fax: 3223-3031 / Fax: 3336-1145
AUTENTICAÇÃO
Autentico a presente cópia reprográfica a que confere com original.

Maceió-AL, 21 MAIO 2014

Rafael de Oliveira Cerqueira - Tabelião Interino
Gastonne P. de Miranda Cerqueira - Substituto
Benedita Maria da Silva - Escrevente Autorizada
Dionne Karia Bandeira T. Lins - Escrevente Autorizado

Confere c/ o original
27 / 05 / 2014

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 1480
Visto

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL Fls. 149

ALTERAÇÃO E CONSOLIDAÇÃO DO CONTRATO SOCIAL E 2º ADITIVO CONTRATUAL DA SOCIEDADE EMPRESARIA CLORUS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA – ME.

CLÁUSULA TERCEIRA: A administração da sociedade caberá a ambos os sócios, **THIAGO SOUSA DE OLIVEIRA** e **YURI CHRISTOPHER DE OLIVEIRA ALVES**, assinando em conjunto ou separado, a quem compete à administração geral de todas as operações comerciais e administrativas da empresa, representando a sociedade ativa e passivamente em juízo ou fora dele, ficando vedada a concessão de avais em nome da sociedade em favor de terceiros, exceto em favor da empresa que venha a ser coligada, controlada ou controladora da sociedade constituída.

CLÁUSULA QUARTA: O objeto social passará a ser Agência de Publicidade, sistema de web, assessoria de imprensa e consultoria e assessoria de marketing.

CLÁUSULA QUINTA: Resolve o sócio **Yuri Christopher de Oliveira Alves,** alterar o endereço residencial para Avenida Comendador Gustavo Paiva nº 3438 Ap. 801 BL 02, Conjunto residencial San Francisco, Bairro: Mangabeiras, CEP: 57038-000, Maceió – AL.

CLÁUSULA SEXTA: O nome de fantasia passará a ser **CLORUS COMMUNICATION E MARKETING.**

À VISTA DAS MODIFICAÇÕES ORA AJUSTADAS, CONSOLIDA-SE O CONTRATO SOCIAL COM SEGUINTE REDAÇÃO.

THIAGO SOUSA DE OLIVEIRA, brasileiro, solteiro, nascido no dia 04/10/1982, publicitário, portador do CPF: 053.448.954-02 e da carteira de identidade nº 2.001.001.050.600 SEDS/AL, residente e domiciliado no Conj. Climério Sarmento, S/N, apt. 204, Bloco 14, Bairro: Jatiúca, CEP: 57.035-700 , Maceió – AL, **YURI CHRISTOPHER DE OLIVEIRA ALVES**, brasileiro, solteiro, nascido no dia 06/08/1986, publicitário, portador do CPF: 071.121.624-08 e da carteira de identidade nº 98.001.101.286 SEDS/AL, residente e domiciliado na Avenida Comendador Gustavo Paiva nº 3438 Ap. 801 BL 02, Conjunto residencial San Francisco, Bairro: Mangabeiras, CEP: 57038-000, Maceió – AL , únicos sócios da sociedade mercantil limitada que gira sob a denominação social de **CLORUS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA - ME** , com sede na Av. Mendonça Junior, nº 1162, Sala 02, no bairro da Gruta de Lourdes, CEP: 57052-480, Maceió – AL, devidamente registrada na Junta Comercial do Estado de Alagoas sob o NIRE nº 27200453974 em 23/03/2009 e inscrita no CNPJ sob nº 10.711.572/0001-32, resolvem consolidar, o seu contrato, mediante as cláusulas abaixo.

Confere com o original 05 / 2014

CLÁUSULA PRIMEIRA: A sociedade gira sob o nome empresarial **CLORUS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA - ME**, na Rua Comendador Palmeira, nº 258, no bairro do Farol, CEP: 57051-150, Maceió – AL, e tem como nome de fantasia, **CLORUS COMMUNICATION E MARKETING.**

5º SERVIÇO DE NOTAS - MACEIÓ-AL
Fone/Fax: 3223-3031 / Fax: 3336-1145
AUTENTICAÇÃO
Autentico a presente cópia reprográfica a que confere com original.
Maceió-AL, 21 MAIO 2014

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE ALAGOAS
Certifico o Registro em: 17/04/2012 Sob Nº 20120128322
Protocolo 12/012832-2 de 12/04/2012 com NIRE 27200453974
CLORUS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA ME
Chancela: 771F-58D6-1279-D9A3-53E2-FE7D-89A3-F250-534E-A9DB

Maceió, 17/04/2012

CARLOS ALBERTO BARROS DE ARAUJO

5º SERVIÇO DE NOTAS
RUA JOÃO PESSOA, 113 - CENTRO - MACEIÓ-AL
Fone/Fax: 3223-3031 / Fax: 3336-1145
AUTENTICAÇÃO
Autentico a presente cópia reprográfica a que confere com original.

Maceió-AL, 21 MAIO 2014

Rafael de Oliveira Cerqueira - Tabelião Interino
Gastonne P. de Miranda Cerqueira - Substituto
Benedita Maria da Silva - Escrevente Autorizada
Dione Karia Barbeira T. Lins - Escrevente Autorizado

Confere c/ o original
27 / 05 / 2014

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 149
Visto

SERVIÇO NOTAS

ALTERAÇÃO E CONSOLIDAÇÃO DO CONTRATO SOCIAL E 2º ADITIVO CONTRATUAL DA SOCIEDADE EMPRESARIA CLORUS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA - ME.

PARAGRAFO PRIMEIRO: A presente sociedade rege-se pela Lei 10.406/2002, que instituiu o novo Código Civil, e de forma supletiva, pela Lei 6.404/76, que rege as sociedades por ações.

PARAGRAFO SEGUNDO: A sociedade poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios.

CLÁUSULA SEGUNDA: O CAPITAL SOCIAL é de R$ 100.000,00 (Cem mil reais), dividido em 100.000 (Cem mil) quotas de valor nominal de R$ 1,00 (Hum real) cada uma, subscrita e integralizadas, em moeda corrente do país pelos sócios, fica assim distribuído entre os sócios quotistas.

NOME	%	VLR. Unit. R$	N.º DE QUOTAS	VALOR EM REAIS
THIAGO SOUSA DE OLIVEIRA	50	1,0	50.000	50.000,00
YURI CHRISTOPHER DE OLIVEIRA ALVES	50	1,0	50.000	50.000,00
TOTAL	100	1,0	100.000	100.000,00

CLÁUSULA TERCEIRA: Seu objeto social é o ramo de: Agência de Publicidade, sistema de web, assessoria de imprensa e consultoria e assessoria de marketing.

Confere c/ o original
27 / 05 / 2014

CLÁUSULA QUARTA: A sociedade iniciou suas atividades em 23 de Março de 2009 e seu prazo de duração é por tempo indeterminado.

CLÁUSULA QUINTA: As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento dos demais sócios, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço, direito de preferência para a sua aquisição se postas a venda, formalizando se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

21 MAIO 2014

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE ALAGOAS
Certifico o Registro em: 17/04/2012 Sob Nº 20120128322
Protocolo 12/012832-2 de 12/04/2012 com NIRE 27200453974
CLORUS COMUNICAÇÂO INTEGRADA LTDA ME
Chancela: 771F-58D6-1279-D9A3-53E2-FE7D-89A3-F250-534E-A9DB

Maceió, 17/04/2012

CARLOS ALBERTO BARROS DE ARAUJO

Confere c/ o original
27 / 05 / 2014

5º SERVIÇO DE NOTAS
RUA JOÃO PESSOA, 113 - CENTRO - MACEIÓ-AL
Fone/Fax: 3223-3031 / Fax: 3336-1145
AUTENTICAÇÃO
Autentico a presente cópia reprográfica a que confere com original.

Maceió-AL, 21 MAIO 2014

Rafael de Oliveira Cerqueira - Tabelião Interino
Gastonne P. de Miranda Cerqueira - Substituto
Benedita Maria da Silva - Escrevente Autorizada
Dione Karia Bandeira T. Lins - Escrevente Autorizado

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 150
Visto

ALTERAÇÃO E CONSOLIDAÇÃO DO CONTRATO SOCIAL E 2º ADITIVO CONTRATUAL DA SOCIEDADE EMPRESARIA CLORUS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA - ME.

Prefeitura Municipal de Rio Largo/AL Fls. 152

CLÁUSULA SEXTA: A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do Capital Social.

CLÁUSULA SÉTIMA: A administração da sociedade caberá a ambos os sócios, **THIAGO SOUSA DE OLIVEIRA** e **YURI CHRISTOPHER DE OLIVEIRA ALVES**, assinando em conjunto ou separado, a quem compete à administração geral de todas as operações comerciais e administrativas da empresa, representando a sociedade ativa e passivamente em juízo ou fora dele, ficando vedada a concessão de avais em nome da sociedade em favor de terceiros, exceto em favor da empresa que venha a ser coligada, controlada ou controladora da sociedade constituída.

CLÁUSULA OITAVA: Ao término de cada exercício social em 31 de Dezembro, os administradores prestarão contas justificadas de sua administração procedendo a elaboração do inventário do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios na proporção de suas quotas os lucros ou perdas apurados. Nos quatro meses seguintes ao término de exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designarão administradores quando for o caso.

CLÁUSULA NONA: Pelo exercício da administração da sociedade, os sócios poderão de comum acordo, fixar uma retirada mensal, a título de "pró-labore", e poderão distribuir lucros, observadas as disposições regulamentares pertinentes.

Confere c/ o original
27 / 05 / 2014

CLÁUSULA DÉCIMA: Falecendo ou interditado qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou do(s) sócio(s), o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, a data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado. Em qualquer das hipóteses, a sociedade terá, até 180 (Cento e oitenta) dias para recompor o seu quadro societário.

PARAGRAFO ÚNICO: O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade se resolva em relação a seu(s) sócio(s).

MACEIÓ - ALAGOAS Selo de Autenticidade FERCVAL

5º SERVIÇO DE NOTAS RUA JOÃO PESSOA, 113 - CENTRO - MACEIÓ-AL Fone/Fax: 3223-3031 / Fax: 3336-1145 AUTENTICAÇÃO Reconhecimento de firma(s) a(s) assinatura(s) a(s) confere com o original. MAIO 2014

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE ALAGOAS
Certifico o Registro em: 17/04/2012 Sob Nº 20120128322
Protocolo 12/012832-2 de 12/04/2012 com NIRE 27200453974
CLORUS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA ME
Chancela: 771F-58D6-1279-D9A3-53E2-FE7D-89A3-F250-534E-A9DB

Maceió, 17/04/2012

CARLOS ALBERTO BARROS DE ARAÚJO

5º SERVIÇO DE NOTAS
RUA JOÃO PESSOA, 113 - CENTRO - MACEIÓ-AL
Fone/Fax: 3223-3031 / Fax: 3336-1145
AUTENTICAÇÃO
Autentico a presente cópia reprográfica a que confere com original.

Maceió-AL, 21 MAIO 2014

Rafael de Oliveira Cerqueira - Tabelião Interino
Gastonne P. de Miranda Cerqueira - Substituto
Benedita Maria da Silva - Escrevente Autorizada
Dione Karia Pandeira T. Lins - Escrevente Autorizado

Confere c/ o original
27 / 05 / 2014

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 151v
Visto

ALTERAÇÃO E CONSOLIDAÇÃO DO CONTRATO SOCIAL E 2º ADITIVO CONTRATUAL DA SOCIEDADE EMPRESARIA CLORUS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA – ME.

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 152

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA: Os administradores declaram, sob as penas da Lei, de que não estão impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar sob os efeitos dela, a pena que vede ainda que temporariamente o acesso a cargos públicos, ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA: Fica eleito o foro da cidade de Maceió – AL, para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

Confere c/ o original
05 / 2014

E por assim estarem justos e contratados, lavram datam e assinam juntamente o presente contrato, em 03 (três) vias de igual teor e forma obrigando-se por si e seus herdeiros a cumpri-lo em todos seus termos, sendo uma das vias, destinada a registro e arquivo na JUCEAL.

Maceió – AL, 16 de Abril de 2012

1º OFÍCIO

THIAGO SOUSA DE OLIVEIRA

1º OFÍCIO

YURI CHRISTOPHER DE OLIVEIRA ALVES

5º SERVIÇO DE NOTAS
RUA JOÃO PESSOA, 113 - CENTRO - MACEIÓ-AL
Fone/Fax: 3223-3031 / Fax: 3336-1145
AUTENTICAÇÃO
Autentico a presente cópia reprográfica a que confere com o original.
Maceió-AL, 21 MAIO 2014
Rafael de Oliveira Cerqueira - Tabelião Interino
Gastone P. de Miranda Cerqueira - Substituto
Benedita Maria da Silva - Escrevente Autorizada
Dionê Kárla Bandeira T. Lins - Escrevente Autorizada

1º Serviço Notarial e R.P.
FERC AL AUO81626
FERC AL AUO81627

Marcio de Melo Alves
Assessoria Técnica - JUCEAL
Matrícula: 13.540-0

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE ALAGOAS
Certifico o Registro em: 17/04/2012 Sob Nº 20120128322
Protocolo 12/012832-2 de 12/04/2012 com NIRE 27200453974
CLORUS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA ME
Chancela: 771F-58D6-1279-D9A3-53E2-FE7D-89A3-F250-534E-A9DB

Maceió, 17/04/2012

CARLOS ALBERTO BARROS DE ARAUJO

Confere c/ o original
27 / 05 / 2014

5º SERVIÇO DE NOTAS
RUA JOÃO PESSOA, 113 - CENTRO - MACEIÓ-AL
Fone/Fax: 3223-3031 / Fax: 3336-1145
AUTENTICAÇÃO
Autentico a presente cópia reprográfica a que confere com original.

Maceió-AL, 21 MAIO 2014

Rafael de Oliveira Cerqueira - Tabelião Interino
Gastonne P. de Miranda Cerqueira - Substituto
Benedita Maria da Silva - Escrevente Autorizada
Dione Kária Bandeira T. Lins - Escrevente Autorizado

5º SERVIÇO NOTARIAL
Válido somente com selo de autenticidade
Gastonne P. de Miranda Cerqueira
Benedita Maria da Silva
Escrevente Autorizada
SELO DE AUTENTICIDADE
ABB00424

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 152v
Visto

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 153

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
MINISTÉRIO DAS CIDADES
DEPARTAMENTO NACIONAL DE TRÂNSITO
CARTEIRA NACIONAL DE HABILITAÇÃO

NOME
JAIR ROGERIO DE LIMA

DOC. IDENTIDADE / ÓRG. EMISSOR / UF
563908 SSP AL

CPF
468.909.804-25

DATA NASCIMENTO
17/11/1965

FILIAÇÃO
JOVELINO JOSE DE LIMA
MARGARIDA DE LIMA SILV
A

PERMISSÃO | ACC | CAT. HAB.
B

Nº REGISTRO
01579416958

VALIDADE
21/12/2015

1ª HABILITAÇÃO
19/04/1986

VÁLIDA EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL
270447046

OBSERVAÇÕES
A

ASSINATURA DO PORTADOR

LOCAL
MACEIO, ALAGOAS

DATA EMISSÃO
04/01/2011

Luis Augusto Santos Lúcio de Melo
Diretor-Presidente do DETRAN/AL
ASSINATURA DO EMISSOR

51317240956
AL009947981

DETRAN - AL (ALAGOAS)

PROIBIDO PLASTIFICAR
270447046

Confere c/ o original

Confere c/ o original
27 / 05 / 2014

EM BRANC

SEXTA ALTERAÇÃO E CONSOLIDAÇÃO DE CONTRATO SOCIAL

NOVAGENCIA PROPAGANDA LTDA - ME
CNPJ : 04.668.053/0001-36

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 154

Pelo presente instrumento particular de sexta alteração do contrato social, **JAIR ROGÉRIO DE LIMA, ,** brasileiro, casado em regime de comunhão parcial de bens, publicitário, portador do CPF/MF 468.909.804-25, Cédula de Identidade nº 563.908 – SSP - AL, residente e domiciliado à Rua Coronel Alcides de Barros Ferreira, 65 – Aptº 701 – Jatiuca, CEP 57.036-480, em Maceió, Estado de Alagoas e, **MARIA BETANIA DE LIMA**, brasileira, solteira, nascida em 25 de dezembro de 1959, publicitário, portadora do CPF/MF sob nº 240.833.134-04, Cédula de Identidade nº 447.161 – SSP – AL, residente e domiciliado à Av. Moreira e Silva, 179 – Aptº 06 – Farol – CEP 57.021-500 , em Maceió, Estado de Alagoas, únicos componentes da Sociedade **NOVAGENCIA PROPAGANDA LTDA - ME**, inscrita no CNPJ sob o nº 04.668.053/0001-36, estabelecida à Rua Doutor Antônio Cansanção, 588 – Ponta Verde – CEP 57.035-190 - Maceió – Alagoas, resolvem, de comum acordo, alterar seu Contrato Social, devidamente registrado na Junta Comercial do Estado de Alagoas, sob nº 272.0032866.5, sob as seguintes Cláusulas e Condições :

CLÁUSULA PRIMEIRA : ALTERAÇÃO DO CAPITAL SOCIAL

O Capital Social que é de 20.000,00 (Vinte Mil Reais), dividido em 20.000 (Vinte Mil) Quotas de R$ 1,00 (Hum Real) cada uma, passa a ser de R$ 100.000,00 (Cem Mil Reais), divididos em 100.000 (Cem Mil) Quotas, mediante subscrição de parte de Lucros Acumulados da Empresa, no montante de R$ 80.000,00 (Oitenta Mil Reais), ficando distribuído da seguinte forma:

Sócio	Participação no Capital Social		
	Quotas	R$	%
Jair Rogério de Lima	80.000	80.000,00	80
Maria Betânia de Lima	20.000	20.000,00	20
Total	100.000	100.000,00	100

Confere c/ o original
27 / 05 / 2014

CLÁUSULA SEGUNDA : DA RETIRADA DE SÓCIO

Retirou-se da Sociedade, a Primeiro (1°) de julho de 2008, a Sócia MARIA BETANIA DE LIMA, devidamente identificada neste Instrumento, por decisão própria, transferindo 20.000 (Vinte Mil) Quotas, para o Sócio que é Admitido JOVELINO JOSÉ DE LIMA, adiante identificado neste Instrumento, com anuência do Sócio Remanescente JAIR ROGÉRIO DE LIMA, devidamente identificado neste Instrumento, que, neste ato, paga, em moeda corrente do País a importância de R$ 20.000,00 (Vinte Mil Reais)

EM BRANC

SEXTA ALTERAÇÃO E CONSOLIDAÇÃO DE CONTRATO SOCIAL

NOVAGENCIA PROPAGANDA LTDA - ME
CNPJ : 04.668.053/0001-36

Prefeitura Municipal de Pilar do Mata/AL
Fls. 155

CLÁUSULA TERCEIRA : DA ADMISSÃO DE SÓCIO

É admitido na Sociedade, a Primeiro (1°) de Julho de 2008, o Sócio JOVELINO JOSÉ DE LIMA, brasileiro, casado em regime de comunhão parcial de bens, publicitário, portador do CPF/MF sob n° 020.994.384-04, Cédula de Identidade n° 93.552 – SSP – AL, residente e domiciliado à Av. Moreira e Silva, 179 – Apt° 06 – Farol – CEP 57.021-500 , em Maceió, Estado de Alagoas.

CLÁUSULA QUARTA : DA REMUNERAÇÃO AO SÓCIO RETIRANTE

Em obediência à Cláusula Oitava do Contrato Social, foi levantado Balanço Patrimonial Especial na data da Retirada da Sócia, data essa já referida na Cláusula Primeira . Do Balanço, a favor da Sócia Retirante, desprezou-se, a relação entre ATIVO e PASSIVO, computando-se inteira a sua Parte (Vinte por Cento) de todo o Acervo Patrimonial da Sociedade, no importe monetário de R$ 20.000,00 (Vinte Mil Reais) já totalmente pagos pelo Sócio Admitido a Sócia que se Retira , com anuência do Sócio Remanescente .

CLÁUSULA QUINTA : DA QUITAÇÃO E DESOBRIGAÇÃO DA SÓCIA RETIRANTE :

A Sócia MARIA BETANIA DE LIMA, já qualificada, que ora se retira, dá quitação dos seus haveres com a Sociedade, dando quitação ao Sócio Admitido que fica com suas quotas de Capital, ao tempo que os Sócios que permanecem na Sociedade a desobrigam de quaisquer compromissos, em qualquer data.

CLÁUSULA SEXTA: DA NOVA COMPOSIÇÃO SOCIETÁRIA :

O Capital Social que é de R$ 100.000,00 (Cem Mil Reais), dividido em 100.000 (Cem Mil) Quotas de R$ 1,00 (Him Real) cada uma, passa a ser distribuído da seguinte forma:

Confere c/ o original 27 / 05 / 2014

Sócio	Participação no Capital Social		
	Quotas	R$	%
Jair Rogério de Lima	80.000	80.000,00	80
Jovelino José de Lima	20.000	20.000,00	20
Total	100.000	100.000,00	100

EM BRANC

SEXTA ALTERAÇÃO E CONSOLIDAÇÃO DE CONTRATO SOCIAL

NOVAGENCIA PROPAGANDA LTDA - ME
CNPJ : 04.668.053/0001-36

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Fls. 156

CLÁUSULA SÉTIMA : DA RESPONSABILIDADE

A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do Capital Social.

CLÁUSULA OITAVA : DA ADMINISTRAÇÃO SOCIAL :

A Administração da Sociedade, a partir desta data, cabe ao Sócio JAIR ROGÉRIO DE LIMA, assinando isoladamente, praticando todos os atos de Administração, representando a Sociedade Ativa e Passivamente, em juízo ou fora dele, livre de caução, ficando o Sócio JOVELINO JOSÉ DE LIMA, na condição de Sócio Quotista .

CLÁUSULA NONA : DO DESEMPEDIMENTO

O Administrador declara, sob as penas da Lei, de que não está impedido de exercer a Administração da Sociedade em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar sob efeitos que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública ou a propriedade.

CLÁUSULA DÉCIMA : DA CONSOLIDAÇÃO DO CONTRATO SOCIAL

Pelo presente instrumento particular de sexta alteração do contrato social, **JAIR ROGÉRIO DE LIMA, ,** brasileiro, casado em regime de comunhão parcial de bens, publicitário, portador do CPF/MF 468.909.804-25, Cédula de Identidade nº 563.908 – SSP - AL, residente e domiciliado à Rua Coronel Alcides de Barros Ferreira, 65 – Aptº 701 – Jatiuca, CEP 57.036-480, em Maceió, Estado de Alagoas e, **JOVELINO JOSÉ DE LIMA**, brasileiro, casado em regime de comunhão parcial de bens, publicitário, portador do CPF/MF sob nº 020.994.384-04, Cédula de Identidade nº 93.552 – SSP – AL, residente e domiciliado à Av. Moreira e Silva, 179 – Aptº 06 – Farol – CEP 57.021-500 , em Maceió, Estado de Alagoas, únicos componentes da Sociedade **NOVAGENCIA PROPAGANDA LTDA - ME**, inscrita no CNPJ sob o nº 04.668.053/0001-36, estabelecida à Rua Doutor Antônio Cansanção, 588 – Ponta Verde – CEP 57.035-190 - Maceió – Alagoas , resolvem, de comum acordo, Consolidar seu Contrato Social, devidamente registrado na Junta Comercial do Estado de Alagoas, sob nº 272.0032866.5, sob as seguintes Cláusulas e Condições:

Confere c/ o original
27 / 05 / 2014

CLÁUSULA PRIMEIRA : DO NOME EMPRESARIAL

A Sociedade gira sob o nome empresarial de **NOVAGENCIA PROPAGANDA LTDA - ME.**

EM BRANC

SEXTA ALTERAÇÃO E CONSOLIDAÇÃO DE CONTRATO SOCIAL

NOVAGENCIA PROPAGANDA LTDA - ME
CNPJ : 04.668.053/0001-36

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 157

CLÁUSULA SEGUNDA: DA SEDE DA SOCIEDADE

A Sociedade é estabelecida à Rua Doutor Antônio Cansanção, 588 – Ponta Verde – CEP 57.035-190 – Maceió – AL.

CLÁUSULA TERCEIRA: DO OBJETO SOCIAL

A Sociedade tem por objeto social a prestação de serviços de agência de propaganda e publicidade, bem como atividades complementares e vinculadas à atividade publicitária.

CLÁUSULA QUARTA : DO NOME FANTASIA

Fica o Nome de Fantasia de NOVA AGENCIA COMUNICAÇÃO .

CLÁUSULA QUINTA: DO CAPITAL SOCIAL E DA COMPOSIÇÃO SOCIETÁRIA :

O Capital Social é de R$ 100.000,00 (Cem Mil Reais), divididos em 100.000 (Cem Mil) Quotas de R$ 1,00 (Hum Real) cada uma, distribuído da seguinte forma:

Sócio	Participação no Capital Social		
	Quotas	R$	%
Jair Rogério de Lima	80.000	80.000,00	80
Jovelino José de Lima	20.000	20.000,00	20
Total	100.000	100.000,00	100

Confere c/ o original
27 / 05 / 2014

CLÁUSULA SEXTA : PRAZO DE DURAÇÃO

A Sociedade terá suas atividades por prazo de duração indeterminado.

CLÁUSULA SÉTIMA : DA RESPONSABILIDADE

A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do Capital Social.

CLÁUSULA OITAVA : DAS QUOTAS

As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado em igualdade de condições e preço, direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

EM BRANC

SEXTA ALTERAÇÃO E CONSOLIDAÇÃO DE CONTRATO SOCIAL

NOVAGENCIA PROPAGANDA LTDA - ME
CNPJ : 04.668.053/0001-36

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 158

CLÁUSULA NONA : DA ADMINISTRAÇÃO SOCIAL :

A Administração da Sociedade, a partir desta data, cabe ao Sócio JAIR ROGÉRIO DE LIMA, assinando isoladamente, praticando todos os atos de Administração, representando a Sociedade Ativa e Passivamente, em juízo ou fora dele, livre de caução, ficando o Sócio JOVELINO JOSÉ DE LIMA, na condição de Sócio Quotista :

CLÁUSULA DÉCIMA : DA PRESTAÇÃO DE CONTAS

Ao término de cada exercício social, em 31 de dezembro, os administradores prestarão contas justificativas de sua administração, procedendo a elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apurados, ou no caso de lucros ser destinados, uma parte, para a constituição de reservas legais previstas na legislação. Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, os sócios deliberarão sob as contas e designarão administradores quando for o caso.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA : DA REMUNERAÇÃO DA ADMINISTRAÇÃO

Os sócios no exercício da administração e de cargos na sociedade, poderão, de comum acordo fixar uma retirada mensal, a título de pró-labore.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA : DA RETIRADA DE SÓCIO

Retirando-se, falecendo ou interditado qualquer sócio, a Sociedade não se dissolverá, continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz, desde que autorizado legalmente. Inexistindo interesse na continuidade da Sociedade, esta será liquidada após a apuração do Balanço Patrimonial na data do evento. O resultado positivo ou negativo será distribuído ou suportado pelos sócios na proporção de suas quotas. Em nenhuma hipótese a Sociedade poderá continuar com apenas um sócio por mais de 180 (cento e oitenta) dias.

Confere com o original
27 / 05 / 2014

Parágrafo Único :

O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a Sociedade se resolva em relação a seu sócio.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA : DO DESEMPEDIMENTO

O Administrador declara, sob as penas da Lei, de que não está impedido de exercer a Administração da Sociedade em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar sob efeitos que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública ou a propriedade.

EM BRANC

SEXTA ALTERAÇÃO E CONSOLIDAÇÃO DE CONTRATO SOCIAL

NOVAGENCIA PROPAGANDA LTDA - ME
CNPJ : 04.668.053/0001-36

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 159

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA :

A Sociedade poderá designar administrador não sócio, devendo a designação ser aprovada por todos sócios.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA :

Quando houver omissão de normas específicas regentes de sociedade limitada, supletivamente poderão ser aplicadas as normas em vigor, estabelecidas para as sociedades anônimas.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA :

Fica eleito o foro na Comarca do Município de Maceió, deste Estado de Alagoas, para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultante deste Contrato, renunciando os contratantes a qualquer outro foro, por mais privilegiado que seja.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA :

As demais Cláusulas e Condições constantes do Contrato Social e demais Alterações Posteriores estão modificadas pela presente Consolidação de Contrato Social que ora entra em vigor.

E, por se acharem em perfeito acordo, de tudo quanto neste Instrumento Particular foi lavrado, assinam na presença de duas (02) testemunhas abaixo, em três (03) vias de igual teor e forma, sendo que uma delas ficará arquivada na Junta Comercial do Estado de Alagoas, em cumprimento à legislação vigente.

Maceió, 01 de Julho de 2008

Jair Rogério de Lima
CPF 468.909.804-25
Sócio Administrador

Maria Betania de Lima
CPF 240.833.134-04
Sócia que se Retira

Confere c/ o original
27 / 05 / 2014

Jovelino José de Lima
CPF 020.994.384-04
Sócio Admitido

Testemunhas:

José Roberto Leite
R.G.: 319.981 – SSP – AL
CPF 165.013.814-87

José Cláudio de França Jordão
R.G.: 1.084.521 – SSP - AL
CPF 009.258.944-86

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Fls. 160

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Comissão Permanente de Licitação
Concorrência nº 001/2014

Boca da Mata
Spot 30"

IPTU 2014.
O futuro de Boca da Mata está em suas mãos.

Quando você paga o IPTU
todo o valor retorna em benefícios para os bocamatenses,
com seriedade e transparência.
E no final, todo mundo ganha.
Ganha mais Educação.
Ganha mais Saúde.
Ganha mais pavimentação.
Ganha mais limpeza pública.
E você ainda pode ganhar um automóvel zero km.
Pague sua cota única com desconto de 10% até 31 de julho,
concorra e seja um cidadão de sorte.

IPTU 2014, pague para ver sua cidade crescer.

Prefeitura de Boca da Mata
Valorizando Nossa Gente

EM BRANC

PANFLETO

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 191

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls.

CARTAZ / REVISTA

EM BRANC

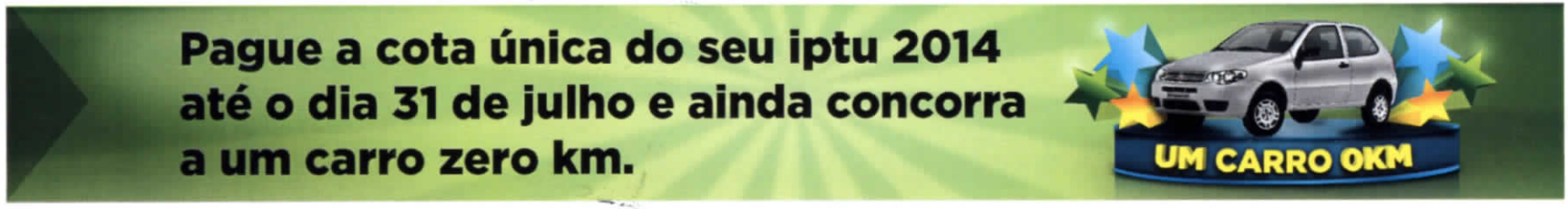
PLACA

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 163

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 169

WEB BANNER



EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 165

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 166

Raciocínio Básico

O Brasil acompanhou nos últimos meses o voluntarismo da população em protestar por uma realidade mais participativa, justa e inclusiva. As manifestações populares que ocuparam as ruas das grandes cidades brasileiras foram deflagradas por todas as classes sociais em posse das mais diversas reivindicações que, sem exceção, foram potencializadas pelo distanciamento dos governos com a sociedade civil organizada, pelo segredismo da informação sobrepondo a transparência e pela exclusão do cidadão no debate, na opinião e nas decisões que norteiam seu futuro.

Gestões à revelia da participação popular distanciaram governantes de governados, criando um precipício de desconfiança e pessimismo. Em Boca da Mata em gestões anteriores a realidade não era diferente do resto do país, mas a situação mudou e se transformou em diferencial com as boas práticas do uso social da informação. Uma comunicação pública de verdade aproxima a Prefeitura e o cidadão, fortalece os ideais e a cidadania, viabiliza realizações e conquistas, e consolida a democracia. A comunicação pública é um diálogo aberto, de interatividade e educação continuada, em multiplicidade de canais que visam a ampliação da confiança e do conhecimento nas relações. E a utilização correta desses meios com a otimização dos recursos investidos e com potencialização do alcance midiático, é o que motiva nosso plano de comunicação para a prefeitura municipal de Boca da Mata.

Na Declaração Universal dos Direitos do Homem, o direito à informação está explícito no artigo 19: "Todo indivíduo tem direito à liberdade de opinião e de expressão, o que implica o direito de não ser inquietado pelas suas opiniões e o de procurar, receber e difundir, sem consideração de fronteiras, informações e ideias por qualquer meio de expressão". Nos dias atuais é sagrado o direito de ser informado e de se expressar diante das decisões que impactam diretamente o cidadão e a sua vida em comunidade. A Constituição cidadã de 1988, no seu capítulo I, parágrafo XXXIII, que reza sobre os direitos e deveres individuais e coletivos, ratifica que todos têm direito a receber dos *órgãos públicos* informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral. E essas verdades são a base da formatação do nosso plano de comunicação, do raciocínio básico a estratégia de mídia.

A prefeitura de Boca da Mata vê na própria experiência um aprendizado e uma oportunidade de acertos, de buscar a aproximação com os seus munícipes fortalecendo a liberdade de informação e do respeito mútuo no ambiente democrático. E é através do

EM BRANC

Prefeitura Municipal da Mata/A.L
Fls. 16

desenvolvimento econômico, da transparência dos atos e da proximidade com o cidadão, prestando contas de cada centavo de dinheiro público gasto ou arrecadado, que se reestabelece democraticamente o sentimento de cumplicidade e de reciprocidade.

O feedback para a população do transparente uso das finanças públicas para o bem-comum é o ponto de partida para reconquistar um relacionamento de confiança e de parceria. E esta gestão municipal tem muito a mostrar e nada a esconder. São obras estruturantes e de utilidade pública, programas e ações sociais, investimentos em qualidade de vida e no bem-estar da família, enfim, faz, mostra o que fez e quanto gastou em fazer.

Como grande produtor de informação de interesse público, o governo municipal tem a obrigação de criar meios de acesso a conteúdos informativos precisos. E essa informação cria um ambiente de reciprocidade da população no tange ao pagamento de Impostos municipais. Com a percepção da boa utilização dos recursos e o vislumbre de uma melhoria continuada, o IPTU se mostra como principal ponte de acesso à melhoria na qualidade de vida de todos os cidadãos de Boca da Mata.

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 168

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

O mundo da informação gira no ritmo alucinante do surgimento de novas tecnologias.

As políticas mundiais de comunicação evoluíram e se fortaleceram nas duas últimas décadas do século XX e continuam em constante transformação nos tempos atuais. E essa evolução na área é fruto de mudanças radicais e intempestivas fortalecidas por dois grandes fenômenos contemporâneos: a globalização que interconecta o mundo e que socializa tecnologias de ponta e a convergência tecnológica que amplificou a comunicação integrando-a a informática e a microeletrônica. A proliferação de *smartphones* e *tablets* nas mãos da população mundial evidencia essa força da mídia digital.

Hoje o mundo está conectado em fibra ótica, cliques, em Wifi, em 4G e as distâncias se extinguem, os pontos de contato se ampliam, pois cada cidadão tem o poder da escolha e de qual forma, meio, preço, horário e linguagem deseja receber com conforto e prontidão, uma informação qualificada.

Somos cientes que toda comunicação estratégica pública voltada para resultados tem o seu êxito apoiado no diálogo franco, com frequência e clareza, entre o anunciante e a diversidade de público-alvo receptor, através dos múltiplos canais que compõem a mídia tradicional, seja ela comercializada ou espontânea. Entendemos que uma campanha de lançamento de produto, mesmo que seja de utilidade pública, para atingir com eficácia e manter um diálogo frequente com os munícipes tem que se projetar com continuidade e referências.

Em suma, a comunicação pública é um diálogo aberto, de interatividade e educação continuada, em multiplicidade de canais que visam a ampliação da confiança e cumplicidade na relação prefeitura x cidadão. E a utilização correta desses meios com a otimização dos recursos investidos e com potencialização do alcance midiático, é o que motiva nossa estratégia para a comunicação da prefeitura municipal de Boca da Mata.

Devido a interdependência do poder de cada mídia no contexto local, sua força de agregação de públicos e sua facilidade de integração com as demais mídias, seja por complemento, seja por fortalecimento da mensagem, compreendemos que a necessidade de uma comunicação integrada a estratégia mais eficiente para o êxito da uma campanha publicitária.

A continuidade do diálogo com a população, antes, durante e após campanha, para criar uma rotina e consolidar a tríade Transparência/Ética/Respeito que é base desse produto

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 169

inovador, é essencial para a conquista da credulidade dos cidadãos em relação as boas intenções da atual administração municipal, tanto no uso correto dos recursos públicos, quanto no retorno em benfeitorias para a comunidade.

Em sintonia com a realidade das ruas focada no raciocínio básico e, consequentemente, como resposta imediata ou prestação de contas à altura das reivindicações, formataremos o conceito da nossa proposta e o teor da mensagem publicitária nela propagada através de uma comunicação pública voltada para resultados, embasada tecnicamente em pesquisas e dados primários e secundários, atualizados de mercado e dos veículos especializados de mídia. Tudo isso para adequar estrategicamente a nossa proposta criativa ao contexto, com relevância, otimização e retorno de investimento.

Dimensionamos nosso planejamento de comunicação pública nos seguintes meios: rádio, internet, mídia exterior e distribuição de impressos; com mídia distribuída em sinergia, potencializando impactos com o *target* e, consequentemente, otimizando a verba publicitária. A mensagem publicitária se complementa em cada veículo programado, reforçando o conceito de campanha, com estratégia somada aos esforços de comunicação não mídia, como: internet nas mídias próprias da prefeitura (sem custos adicionais de veiculação), como: site do município e matérias espontâneas jornalísticas promovidas pela Prefeitura Municipal de Boca da Mata.

Na criação publicitária, tanto em formato, quanto em conteúdo, buscamos expor a transparência das finanças públicas com visibilidade nas peças impressas e eletrônicas, retratando a seriedade da atual gestão e os benefícios e conquistas que impactam positivamente a qualidade de vida da população. Nossa proposta fortalece a imagem institucional da prefeitura de Boca da Mata com exemplos palpáveis da parceria entre a administração municipal e o cidadão, e as lições de cidadania.

Os conceitos e o partido temático que compõem a essência do Plano de Comunicação Publicitária são estrategicamente disseminados com planejamento e coerência dentro de um esforço conjunto que impacte a diversidade de públicos-alvo, tanto na mídia comercial, quanto na espontânea, em sinergia com a atual da administração.

Inerente à ideia criativa que busca em sua essência abranger e evocar a credibilidade da administração municipal e elevar a autoestima do cidadão pela sua cidade, buscamos nas peças publicitária reforçar nosso raciocínio básico e estratégia de comunicação com a síntese objetiva, clara e plena de significados: IPTU 2014, O FUTURO DE BOCA DA MATA EM SUAS MÃOS. O slogan será difundido em múltiplos meios com flexibilidade e adaptações de mensagem de acordo com a mídia utilizada e o público-alvo a ser

EM BRANC

impactado. E cada peça terá elementos que reforçam o sentimento de transparência e seriedade, nas peças de áudio, impressas, internet e de mídia exterior. Todo nosso esforço de comunicação converge na atitude da prefeitura municipal em apresentar o seu trabalho e obter o reconhecimento da população.

Prefeitura Municipal de Boca
Fls. 170

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 171

IDÉIA CRIATIVA

Com o slogan: IPTU 2014, O FUTURO DE BOCA DA MATA EM SUAS MÃOS, a campanha traz o conceito de transparência e competência da atual gestão, fortalecendo a importância do IPTU na geração de benefícios da população e valorizando o que Boca da Mata tem de melhor: a sua gente.

Em seu conceito, a idéia criativa convoca a participação popular em prol do futuro da cidade, contribuindo para melhor percepção das importantes ações e prioridades da prefeitura municipal de Boca da Mata na utilização dos recursos públicos. É uma campanha de mobilização e também de prestação de contas.

É pelos bocamatenses que a prefeitura trabalha e as conquistas são frutos dessa parceria, por isso a idéia criativa evoca esse trabalho participativo e será difundida nos meios eletrônico (rádio), impresso (revista, banner e placa) e digital (site e notícia), além de carro-de-som e distribuição de panfletos. Vislumbramos no desdobramento da campanha a criação de novas peças com o aprofundamento dos benefícios nas diversas áreas.

RELAÇÃO DE PEÇAS APRESENTADAS (conforme edital)

Roteiro de Rádio 30"
Página de revista
Banners/placa (mídia exterior)
Banner de Internet
Panfleto

EM BRANC

ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL Fls. 172

Todo plano de comunicação só é completo e potencializa-se em resultados significativos se for amparado tecnicamente por uma estratégia de mídia e não mídia adequada e pertinente aos seus objetivos. E o processo de mídia tem esse poder, porque otimiza e promove a interface entre a mensagem publicitária e o consumidor da mesma, através dos veículos de comunicação, com seletividade de meios e custos mais eficientes. Acreditamos que esse é o momento essencial para fortalecimento da imagem da Prefeitura de Boca da Mata, através de uma mensagem realista de transparência no emprego dos recursos públicos, que tem como objetivo criar um ambiente favorável e receptivo para absorção da mensagem publicitária pelo cidadão. Dentro do valor total proposto pelo *briefing*, fizemos uma simulação de R$ 100.000,00, otimizamos e concentramos na mídia local e em não mídia (rádio, revista, placa fixa, banner de internet, cartaz e panfleto) em torno de 00,00% da verba, o que gerou economicidade no valor global e mais investimentos setorizados em mídia.

Planejada para um período definido em edital de 30 dias, vamos distribuir a mídia técnica durante o mês de julho de 2014, pulverizada em múltiplos meios com audiências e retorno de investimentos comprovados, buscando atingir nosso variado público-alvo, presente no universo da população de Boca da Mata. Através de pesquisa de dados primários e secundários delineamos a estratégia de mídia em consonância com o hábito de consumo de informação do nosso *target*, selecionando os principais meios de comunicação que os bocamatenses absorvem notícias locais, com segmentação da mensagem por mídia de forma comercial e espontânea, otimizando os investimentos publicitários. Nossa estratégia é formatada nos seguintes meios de comunicação: Rádio FM (spot de 30"), Revistas locais (1 página), Internet (1 banner de Internet), mídia externa (placas fixas 3m x 2m) e distribuição de impressos (cartazes 31cm x 45cm e panfleto 15cm x 21 cm). Ver quadro de distribuição de mídia em anexo.

Em nossa estratégia de Não-Mídia, fortaleceremos nossa idéia criativa em todos os espaços disponíveis, em veículos próprios da Prefeitura, como: Site da Administração e citações em mídias espontâneas obtidas pela prefeitura municipal. Essa ação integrada e planejada, dissemina em multimeios a ideia criativa, gera economicidade a Prefeitura de Boca da Mata e potencializa uma comunicação estratégica pública de resultados.

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 173

Anexo 01
Constelação Mediática – Mídia Dados

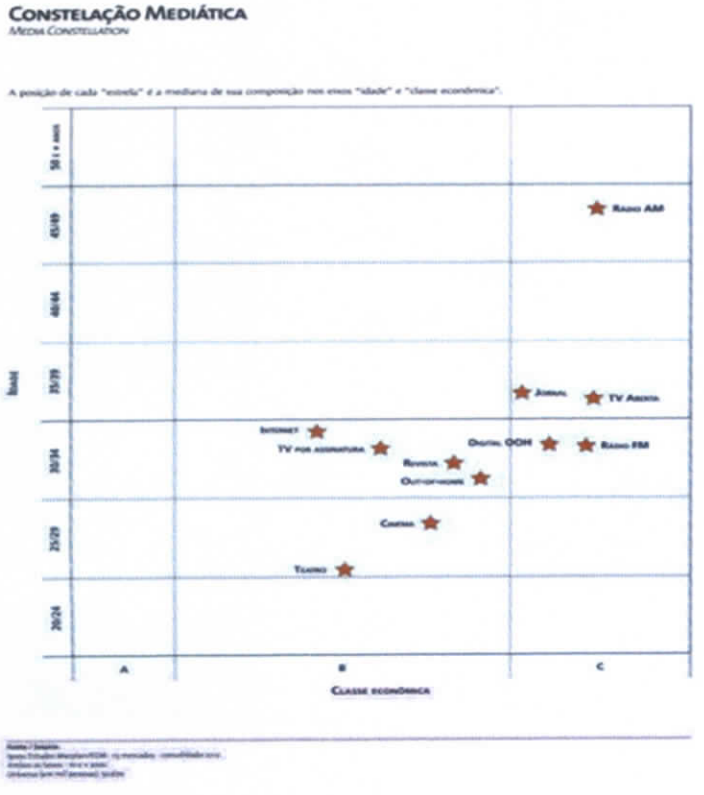


Tabela Televisão – Mídia Dados

Tabela Rádio – Mídia Dados 2013

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 174

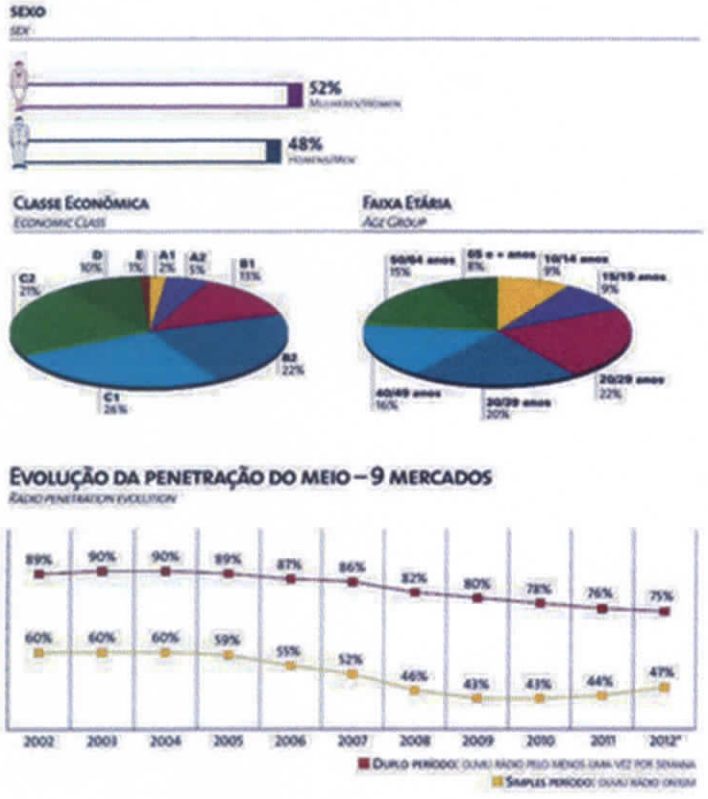
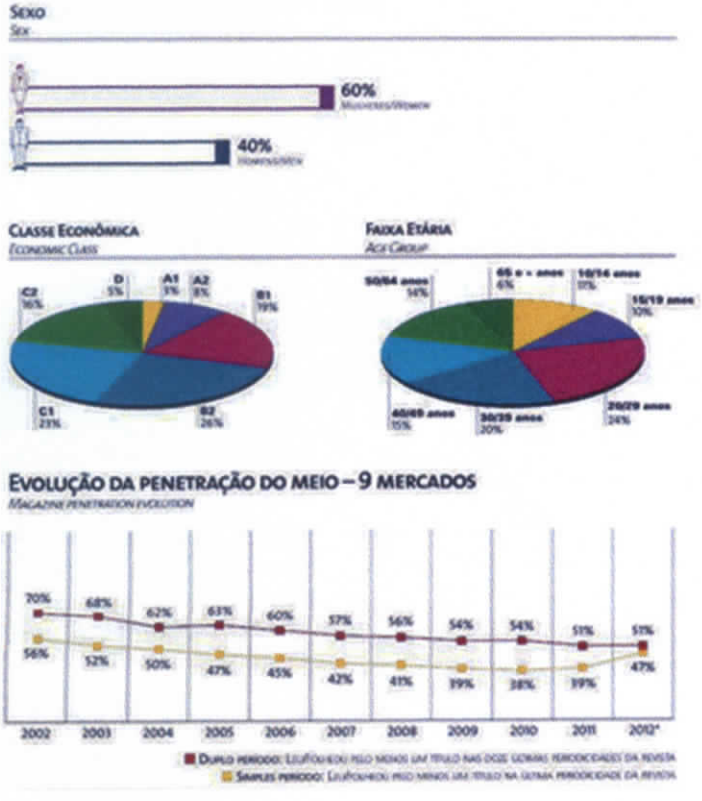


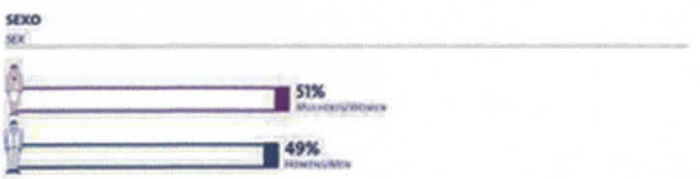
Tabela Revista – Mídia Dados 2013

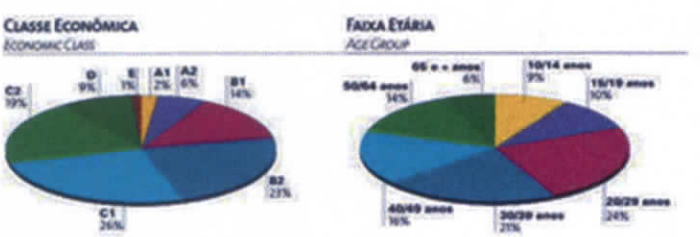


EM BRANC

Tabela Out-Of-Home– Mídia Dados 2013

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 175

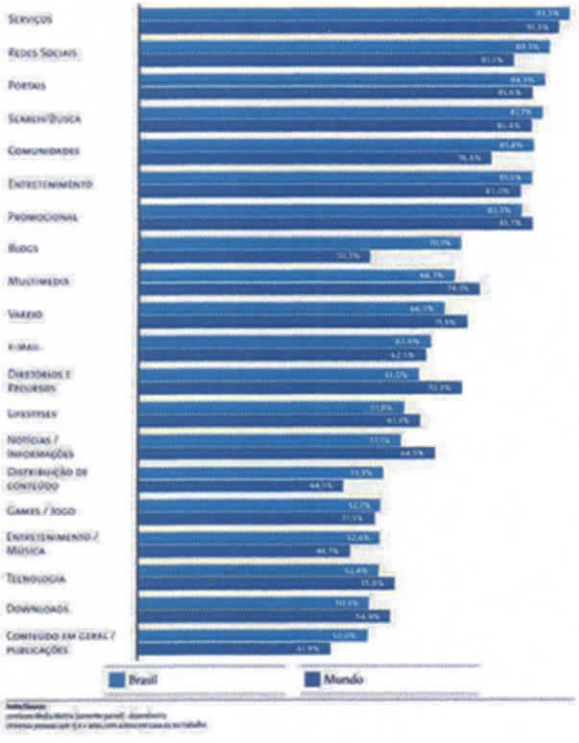




Anexo 4
Tabela Internet– Mídia Dados 2013

EM BRANC

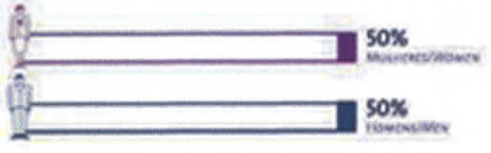
Alcance por categoria de site
Reach per site category



Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 176

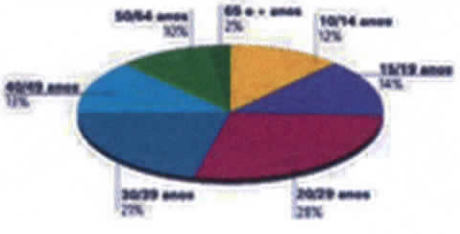
Perfil do internauta brasileiro
Profile of the Brazilian internet user

Sexo
Sex



Classe Econômica
Economic Class

Faixa Etária
Age Group



EM BRANC

LICITAÇÃO

PEDIDO DE INSERÇÃO

PI

CLIENTE	PREF. DE BOCA DA MATA	VEÍCULO	GAZETAWEB	PERÍODO	Junho/2014
RAZÃO SOCIAL	PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA	PRAÇA	/AL	DATA EMISSÃO	26/05/2014
CNPJ	12.264.396/0001-63 I.E. ISENTO I.M.	RAZÃO SOCIAL	GAZETA DE ALAGOAS ONLINE LTDA	PIT Nº	PC-001/14
ENDEREÇO	PÇA. 11 DE NOVEMBRO, S/N - CENTRO	ENDEREÇO	Rua Aristeu de Andrade, 355 - Maceio/AL/57051-900	PLANO Nº	PC-001/14
CEP/MUNIC/UF	57680-000 / BOCA DA MATA / AL	CNPJ	03.936.674/0001-90	PLANILHA	00008364
PRAÇA PAGTO	Maceió - CEP: 57035-190	FONE/FAX	( ) - / ( ) -		
AUT.CLIENTE					

Produto:	IPTU 2014		Campanha:	IPTU 2014	
PEÇA	FORMATO	MATERIAL	PEÇA	FORMATO	MATERIAL
B - SITE					

COLOCAÇÃO JUNHO/2014	PEÇA	01 D	02 S	03 T	04 Q	05 Q	06 S	07 S	08 D	09 S	10 T	11 Q	12 Q	13 S	14 S	15 D	16 S	17 T	18 Q	19 Q	20 S	21 S	22 D	23 S	24 T	25 Q	26 Q	27 S	28 S	29 D	30 S	TOT INS	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO (TOTAL)
BANNER INTERNET	B																																	
Veiculação diárias - média de entrega de 3 milhões.																																		
Período: 01 a 30/06/2014																																		

	0	TOTAL DA PARCELA
		COMISSÃO
		LÍQUIDO
		MIDIA
		CLIENTE

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls.

12

EM BRANC

LICITAÇÃO

PEDIDO DE INSERÇÃO

PI

CLIENTE	PREF. DE BOCA DA MATA	VEÍCULO	TUDO NA HORA	PERÍODO	Junho/2014
RAZÃO SOCIAL	PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA	PRAÇA	/AL	DATA EMISSÃO	26/05/2014
CNPJ	12.264.396/0001-63 I.E. ISENTO I.M.	E-MAIL	Lucianacabral@pajuçara.com	PIT Nº	PC-001/14
ENDEREÇO	PÇA. 11 DE NOVEMBRO, S/N - CENTRO	RAZÃO SOCIAL	Pajuçara Editora, Internet e Eventos Ltda	PLANO Nº	PC-001/14
CEP/MUNIC/UF	57680-000 / BOCA DA MATA / AL	ENDEREÇO	Rua prof. Angelo Neto, 113-A - Maceio/AL/57051-530	PLANILHA	00008365
PRAÇA PAGTO	Maceió - CEP: 57035-190	CNPJ	09.428.526/0001-41	CONTATO	
AUT.CLIENTE		FONE/FAX	(82) 321--1100 / (82) 3217-1125	REPRES.	

Produto: IPTU 2014

Campanha: IPTU 2014

PEÇA	FORMATO	MATERIAL
B - SITE		

PEÇA	FORMATO	MATERIAL

COLOCAÇÃO JUNHO/2014	PEÇA	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	TOT INS	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO (TOTAL)
		D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S				
BANNER INTERNET	B																																		
Super banner na home, 728x90 - divulgação de toda a programação através do site do cliente +																																			
páginas internas do portal TNH1, entrega 700.000 impressões/mês.																																			
Período: 01 a 30/06/2014																																			

0	TOTAL DA PARCELA	
	COMISSÃO	
	LÍQUIDO	

MIDIA

CLIENTE

Prefeitura Municipal - Fls. 172 - Boca da Mata/AL

EM BRANC

LICITAÇÃO

PEDIDO DE INSERÇÃO

PI

CLIENTE	PREF. DE BOCA DA MATA	VEÍCULO	ALAGOAS 24 HORAS	PERÍODO	Junho/2014
RAZÃO SOCIAL	PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA	PRAÇA	/AL E-MAIL	DATA EMISSÃO	26/05/2014
CNPJ	12.264.396/0001-63 I.E. ISENTO I.M.	RAZÃO SOCIAL	ALAGOAS 24 HORAS SERVIÇOS LTDA	PIT Nº	PC-001/14
ENDEREÇO	PÇA. 11 DE NOVEMBRO, S/N - CENTRO	ENDEREÇO	Av. Almirante Álvaro Calheiros, 342 - Loja 13 - Maceio/AL/57037-020	PLANO Nº	PC-001/14
CEP/MUNIC/UF	57680-000 / BOCA DA MATA / AL	CNPJ	07.824.935/0001-31 CONTATO	PLANILHA	00008369
PRAÇA PAGTO	Maceió - CEP: 57035-190	FONE/FAX	( ) - / ( ) - REPRES.		
AUT.CLIENTE					

Produto:	IPTU 2014	Campanha:	IPTU 2014
PEÇA	FORMATO MATERIAL	PEÇA	FORMATO MATERIAL
B - SITE			

COLOCAÇÃO JUNHO/2014	PEÇA	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	TOT INS	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO (TOTAL)
		D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S				
BANNER LINK	B																																		
Super Banner TOPO, página principal																																			
Período: 01 A 30/06/2014																																			

0	TOTAL DA PARCELA	
	COMISSÃO	
	LÍQUIDO	
	MIDIA	
	CLIENTE	

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL Fls. 129

14

EM BRANC

LICITAÇÃO

PEDIDO DE INSERÇÃO

PI

CLIENTE	PREF. DE BOCA DA MATA	VEÍCULO	CADA MINUTO	PERÍODO	Junho/2014
RAZÃO SOCIAL	PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA	PRAÇA	/AL	DATA EMISSÃO	26/05/2014
CNPJ	12.264.396/0001-63 I.E. ISENTO I.M.	E-MAIL	prpcosta@gmail.com	PIT Nº	PC-001/14
ENDEREÇO	PÇA. 11 DE NOVEMBRO, S/N - CENTRO	RAZÃO SOCIAL	BARROS MELO COMUNICAÇÃO LTDA	PLANO Nº	PC-001/14
CEP/MUNIC/UF	57680-000 / BOCA DA MATA / AL	ENDEREÇO	RUA JANGADEIROS ALAGOAS, 1292 - Maceió/AL/57030-000	PLANILHA	00008370
PRAÇA PAGTO	Maceió - CEP: 57035-190	CNPJ	11.035.380/0001-16 CONTATO		
AUT.CLIENTE		FONE/FAX	(82) 3313-2162 / (82) 9607-7772 REPRES.		

Produto: IPTU 2014

Campanha: IPTU 2014

PEÇA	FORMATO	MATERIAL
B - SITE		

PEÇA	FORMATO	MATERIAL

COLOCAÇÃO JUNHO/2014	PEÇA	01 D	02 S	03 T	04 Q	05 Q	06 S	07 S	08 D	09 S	10 T	11 Q	12 Q	13 S	14 S	15 D	16 S	17 T	18 Q	19 Q	20 S	21 S	22 D	23 S	24 T	25 Q	26 Q	27 S	28 S	29 D	30 S	TOT INS	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO (TOTAL)
Super Banner	B																																		
Super Banner no Portal Cada minuto + Veiculação de matérias jornalisticas + inserção de vídeos																																			
institucionais e fotos.																																			
Período: 01 à 30/06/2014																																			

	0	TOTAL DA PARCELA
		COMISSÃO
		LÍQUIDO

MIDIA

CLIENTE

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Fls. 15

15

EM BRANC

LICITAÇÃO

PEDIDO DE INSERÇÃO

PI

CLIENTE	PREF. DE BOCA DA MATA	VEÍCULO	RÁDIO GAZETA FM	PERÍODO	Junho/2014
RAZÃO SOCIAL	PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA	PRAÇA	MACEIO - AL/AL	DATA EMISSÃO	26/05/2014
CNPJ	12.264.396/0001-63 I.E. ISENTO I.M.	RAZÃO SOCIAL	RÁDIO CLUBE DE ALAGOAS LTDA	PIT Nº	PC-001/14
ENDEREÇO	PÇA. 11 DE NOVEMBRO, S/N - CENTRO	ENDEREÇO	AV. ARISTEU DE ANDRADE, 355 - MACEIÓ/AL/57051-090	PLANO Nº	PC-001/14
CEP/MUNIC/UF	57680-000 / BOCA DA MATA / AL	CNPJ	12.347.589/0001-88 CONTATO	PLANILHA	00008367
PRAÇA PAGTO	Maceió - CEP: 57035-190	FONE/FAX	(82) 4009-7777 / (82) 4009-7830 REPRES.		
AUT.CLIENTE					

Produto: IPTU 2014

Campanha: IPTU 2014

PEÇA	FORMATO	MATERIAL
A - RÁDIO	30"	

PEÇA	FORMATO	MATERIAL

COLOCAÇÃO JUNHO/2014	PEÇA	01 D	02 S	03 T	04 Q	05 Q	06 S	07 S	08 D	09 S	10 T	11 Q	12 Q	13 S	14 S	15 D	16 S	17 T	18 Q	19 Q	20 S	21 S	22 D	23 S	24 T	25 Q	26 Q	27 S	28 S	29 D	30 S	TOT INS	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO (TOTAL)
INDETERMINADO	A	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	300			

	300	TOTAL DA PARCELA
		COMISSÃO
		LÍQUIDO
		MIDIA
		CLIENTE

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL Fls.

16

EM BRANC

LICITAÇÃO

PEDIDO DE INSERÇÃO

PI

CLIENTE	PREF. DE BOCA DA MATA	VEÍCULO	RADIO BOCA DA MATA	PERÍODO	Junho/2014
RAZÃO SOCIAL	PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA	PRAÇA	MACEIO - AL/AL	E-MAIL	DATA EMISSÃO 26/05/2014
CNPJ	12.264.396/0001-63 I.E. ISENTO I.M.	RAZÃO SOCIAL	RADIO BOCA DA MATA FM 104,9		PIT Nº PC-001/14
ENDEREÇO	PÇA. 11 DE NOVEMBRO, S/N - CENTRO	ENDEREÇO	RUA JOSÉ DUDA SILVA, S/N - BOCA DA MATA/AL/		PLANO Nº PC-001/14
CEP/MUNIC/UF	57680-000 / BOCA DA MATA / AL	CNPJ	01.334.845/0001-86	CONTATO	PLANILHA 00008371
PRAÇA PAGTO	Maceió - CEP: 57035-190	FONE/FAX	(82) 3279-1368 / (82) 9979-4515	REPRES.	
AUT.CLIENTE					

Produto:	IPTU 2014		Campanha:	IPTU 2014	
PEÇA	FORMATO	MATERIAL	PEÇA	FORMATO	MATERIAL
A - RÁDIO	30"				

COLOCAÇÃO JUNHO/2014	PEÇA	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	TOT INS	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO (TOTAL)
		D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S				
INDETERMINADO	A	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	300			

300	TOTAL DA PARCELA	
	COMISSÃO	
	LÍQUIDO	
	MIDIA	
	CLIENTE	

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 182

17

EM BRANC

LICITAÇÃO

PEDIDO DE INSERÇÃO

PI

CLIENTE	PREF. DE BOCA DA MATA	VEÍCULO	REVISTA MUNICIPAL	PERÍODO	Junho/2014
RAZÃO SOCIAL	PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA	PRAÇA	MACEIO - AL/AL	E-MAIL	emazoni@ofm.com.br	DATA EMISSÃO	26/05/2014
CNPJ	12.264.396/0001-63 I.E. ISENTO I.M.	RAZÃO SOCIAL	JPP- MAZONE MARTINS - ME			PIT Nº	PC-001/14
ENDEREÇO	PÇA. 11 DE NOVEMBRO, S/N - CENTRO	ENDEREÇO	Av. Doutor Mário Nunes Vieira,602 - Maceió/AL/57037-070			PLANO Nº	PC-001/14
CEP/MUNIC/UF	57680-000 / BOCA DA MATA / AL	CNPJ	08.631.530/0001-40	CONTATO		PLANILHA	00008366
PRAÇA PAGTO	Maceió - CEP: 57035-190	FONE/FAX	(82) 3325-2323 / (82) 3325-2209	REPRES.	
AUT.CLIENTE					

Produto:	IPTU 2014			Campanha:	IPTU 2014		
PEÇA	FORMATO	MATERIAL		PEÇA	FORMATO	MATERIAL	
C - REVISTA							

COLOCAÇÃO JUNHO/2014	PEÇA	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	TOT INS	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO (TOTAL)
		D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S				
PÁGINA DUPLA	C																																		
Veiculação de 1 página dupla.																																			

0	TOTAL DA PARCELA	
	COMISSÃO	
	LÍQUIDO	
	MIDIA	
	CLIENTE	

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls.

EM BRANC

LICITAÇÃO

PEDIDO DE INSERÇÃO

PI

CLIENTE	PREF. DE BOCA DA MATA	VEÍCULO	RÁDIO PAJUÇARA 103,7	PERÍODO	Junho/2014
RAZÃO SOCIAL	PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA	PRAÇA	MACEIO - AL/AL	DATA EMISSÃO	26/05/2014
CNPJ	12.264.396/0001-63 I.E. ISENTO I.M.	RAZÃO SOCIAL	TV PAJUÇARA LTDA	PIT Nº	PC-001/14
ENDEREÇO	PÇA. 11 DE NOVEMBRO, S/N - CENTRO	ENDEREÇO	RUA ÂNGELO NETO, 113 - MACEIÓ/AL/57051-530	PLANO Nº	PC-001/14
CEP/MUNIC/UF	57680-000 / BOCA DA MATA / AL	CNPJ	12.019.360/0001-14	PLANILHA	00008368
PRAÇA PAGTO	Maceió - CEP: 57035-190	FONE/FAX	(82) 3217-1120 / (82) 3217-1125		
AUT.CLIENTE					

Produto:	IPTU 2014		Campanha:	IPTU 2014	
PEÇA	FORMATO	MATERIAL	PEÇA	FORMATO	MATERIAL
A - RÁDIO	30"				

COLOCAÇÃO JUNHO/2014	PEÇA	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	TOT INS	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO (TOTAL)
		D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S				
INDETERMINADO	A	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	300			

300	TOTAL DA PARCELA	
	COMISSÃO	
	LÍQUIDO	

MIDIA

CLIENTE

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls.

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 185

CLIENTE: PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA
CAMPANHA: IPTU 2014
PERÍODO: 01/06 A 30/06/2014

PRODUÇÃO / CUSTOS EXTERNOS			
SERVIÇOS	QUANTIDADE	VALOR	
Produção de Cartaz	500	590,00	
Produção de folheto	10 mil	980,00	
			1.570,00

VEICULAÇÃO (JUNHO DE 2014)			
RÁDIOS AM/FM			
GAZETA FM (Rádio Clube de Alagoas Ltda)	300	15.483,00	
PAJUÇARA 103 FM (TV Pajuçara Ltda)	300	24.000,00	
BOCA DA MATA FM (Rádio Boca da Mata FM 104,9)	300	900,00	
			40.383,00
INTERNET			
GAZETAWEB (Gazeta de Alagoas Online Ltda)	1	8.653,75	
TUDO NA HORA (Pajuçra Editora, Internet e Eventos Ltda)	1	12.000,00	
CADA MINUTO (Barros Melo Comunicação Ltda)	1	8.500,00	
ALAGOAS 24 HORAS (Alagoas 24 Horas Serviços Ltda)	1	18.230,00	
			47.383,75
REVISTA			
REVISTA MUNICIPAL (JPP - Mazone Martins - ME)	1	10.000,00	10.000,00

VALOR TOTAL R$	99.336,75
(Noventa e nove mil, trezentos e trinta e seis reais e setenta e cinco centavos)	

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Fls. 186

RESUMO DO INVESTIMENTO EM MÍDIA - JUNHO /2014

INVESTIMENTO POR VEÍCULO

VEÍCULOS	TOTAL BRUTO	%
Rádio	40.383,00	41,3%
Internet	47.383,75	48,5%
Revista	10.000,00	10,2%
TOTAL R$	97.766,75	100,00%

DETALHAMENTO DO INVESTIMENTO POR VEÍCULO/PORCENTAGEM

VEÍCULO	Nº INS.	INVESTIMENTO OUTUBRO/13 R$	%
RÁDIO AM/FM			
GAZETA FM (Rádio Clube de Alagoas Ltda)	300	15.483,00	27%
PAJUÇARA 103 FM (TV Pajuçara Ltda)	300	24.000,00	41%
BOCA DA MATA FM (Rádio Boca da Mata FM 104,9)	300	900,00	1,5%
MÍDIA DIGITAL (Internet)			
GAZETA WEB (Gazeta de Alagoas Online Ltda)	1	8.653,75	14,8%
TUDO NA HORA (Pajuçara Editora, Internet e Eventos Ltda)	1	12.000,00	20,6%
CADA MINUTO (Barros Melo Comunicação Ltda)	1	8.500,00	14,6%
ALAGOAS 24 HORAS (Alagoas 24 Horas Serviços Ltda)	1	18.230,00	31,3%

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da
Fls. 187

RESUMO DO INVESTIMENTO EM PRODUÇÃO E MÍDIA

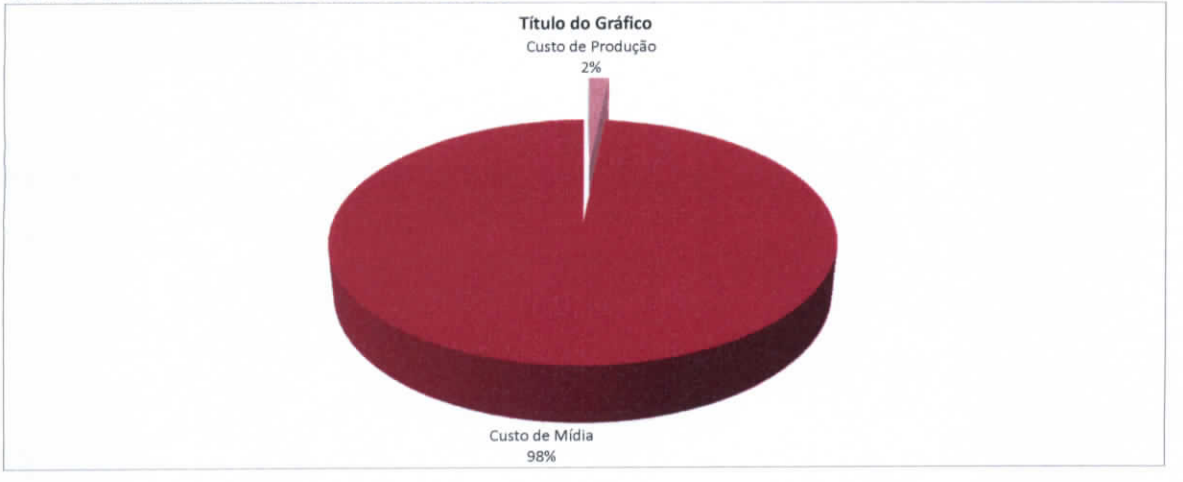
DISTRIBUIÇÃO DO INVESTIMENTO DETALHADO - PEÇAS E MIDIA DA CAMPANHA

CUSTO DE PRODUÇÃO	QUANT.	R$	%
Produção de Cartaz	500	590,00	0,59%
Produção de folheto	10 mil	980,00	0,99%
INVESTIMENTO TOTAL EM MIDIA	**Nº INS.**	**R$**	**%**
Rádio	900	40.383,00	40,65%
Internet	120	47.383,75	47,70%
Revista	Página Dupla	10.000,00	10,07%
TOTAL		99.336,75	100,00%

RESUMO DETALHADO - INVESTIMENTO APLICADO

INVESTIMENTO APLICADO	TOTAL BRUTO	%
Custo de Produção	1.570,00	1,58%
Custo de Mídia	97.766,75	98,42%
TOTAL GERAL R$	99.336,75	100,00%

GRÁFICO DETALHADO DO INVESTIMENTO APLICADO



EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL

Fls. 181

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Fl. 189

EM BRANCO

PEÇA: SPOT DE RÁDIO E CARRO DE SOM (30')

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 190

PERSONAGENS	TEXTO
HOMEM ADULTO	Com o seu IPTU em dia, você ganha mais educação para as nossas crianças.
HOMEM ADULTO+MENINO	Mais saúde para toda a família.
HOMEM ADULTO+MENINO+ MULHER	Mais ruas pavimentadas, praças e iluminação pública.
GRUPO DE VOZES	Obras que geram mais emprego e dão vez e voz a todos.
LOCUTOR	Pague o IPTU em cota única até 31 de março com desconto de 10% e concorra a um carro 0km.
GRUPO DE VOZES	Com o IPTU em dia, você ganha mais.
LOCUTOR	Prefeitura de Boca da Mata. Valorizando nossa gente.

EM BRANC

PEÇA: JORNAL (MEIA PÁGINA)

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 191

EM BRANC

PEÇA: SUPER BANNER EXPANSÍVEL

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 192

EM BRANC

PEÇA: BANNER POLICROMIA 80CM X 120CM - 01

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Fls. 193

EM BRANC

PEÇA: BANNER POLICROMIA 80CM X 120CM - 02

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Fls. 194

EM BRANC

PEÇA: BANNER POLICROMIA 80CM X 120CM - 03

Prefeitura Municipal de Boca da Mata - AL
Fls. 195

Pague sua cota única até **31 de março**
e concorra a **01 carro 0km**
e muitos outros prêmios.

PAGUE 0 KM E CONCORRA

Imagem meramente ilustrativa.

Aproveite e receba
10% de desconto
até 31 de março.

www.bocadamata.al.gov.br

BOCA DA MATA
ALAGOAS
VALORIZANDO NOSSA GENTE

EM BRANC

PEÇA: BANNER POLICROMIA 80CM X 120CM - 04

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 196

Pague sua cota única até **31 de março**
e concorra a **01 carro 0km**
e muitos outros prêmios.

PAGUE 0 KM E CONCORRA

Imagem meramente ilustrativa.

Aproveite e receba
10% de desconto
até 31 de março.

www.bocadamata.al.gov.br

BOCA DA MATA
ALAGOAS
VALORIZANDO NOSSA GENTE

EM BRANC

PEÇA: PANFLETO A5

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 197

Pague sua cota única até 31 de março e concorra a 01 carro 0km e muitos outros prêmios.

Imagem meramente ilustrativa.

O IPTU é um dos principais recursos do município, e é com ele que somos capazes de lutar e trabalhar por mais escolas para nossas crianças, mais saúde para as nossas famílias e mais obras e empregos para todos. Pague o seu IPTU até o dia 31 de março com desconto de 10% e concorra a muitos prêmios. Com o seu IPTU em dia, você ganha mais.

www.bocadamata.al.gov.br

BOCA DA MATA
ALAGOAS
VALORIZANDO NOSSA GENTE

EM BRANC

PEÇA: PLACA 9X3M

Prefeitura Municipal
Fls. 198
Boca da Mata/AL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata

Fls. 199

EM BRANCO

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Fls. 200

PROPOSTA TÉCNICA

RACIOCÍNIO BÁSICO

A Prefeitura de Boca da Mata, embasada em uma gestão que tem como prioridade o desenvolvimento do município e o atendimento das necessidades de sua população, estimada para 2013 como formada por mais de 27 mil pessoas (IBGE 2010), vem buscando, através do trabalho do Prefeito Gustavo Dantas Feijó, sua equipe e demais servidores do município, um novo tempo de investimentos em saúde, educação, obras e serviços. Para cumprir tais metas, o IPTU – Imposto Predial e Territorial Urbano – figura como uma das principais ferramentas do orçamento municipal, financiando a conquista de benefícios para toda a população. O imposto, válido para toda propriedade imóvel localizada em zona urbana, é uma das principais fontes de recursos de pequenos e médios municípios, o que reforça ainda mais a sua importância.

Além de mostrar o retorno do pagamento do imposto para a população de Boca da Mata, a Prefeitura demonstra-se disposta a sair do comum e oferecer vantagens e benefícios para aqueles que pagam o IPTU em dia, sobretudo em cota única. Dessa forma, além de vários prêmios, a Prefeitura sorteará um carro 0km, como forma de incentivo aos que decidirem pagar o imposto de forma integral, sem parcelamentos. Mas, como não poderia deixar de ser, a gestão também preocupa-se em facilitar o pagamento, oferecendo descontos e a possibilidade de dividir o pagamento para aqueles que assim preferirem. Assim, a gestão liderada por Gustavo Dantas Feijó deixa claro o seu empenho em garantir meios para que a população de seu município tenha condições de cumprir com este compromisso.

O desafio de comunicação a ser enfrentado é fazer a população enxergar o retorno proporcionado pelo pagamento do IPTU em suas mais variadas formas, e não apenas seu custo no orçamento familiar. É também destacar as vantagens dos descontos, parcelamentos e dos sorteios oferecidos e, assim, criar uma atmosfera mais positiva em torno do imposto.

Combater a inadimplência, aumentar os níveis de arrecadação do IPTU e incentivar o pagamento do mesmo em cota única são meios que precisam ser adotados pela Prefeitura de Boca da Mata para alcançar o retorno que a população do município merece e deseja. Para alcançar tais resultados, faz-se necessário o desenvolvimento de campanhas publicitárias, pois o acréscimo da arrecadação do imposto será alcançado através de investimentos na conscientização de todos os entes envolvidos. É preciso falar com todos os agentes influenciadores e formadores de opinião: vereadores, servidores, lideranças comunitárias, imprensa e cidadãos, conscientizando-os sem distinção de gênero e classe social da importância e dos benefícios gerados através do pagamento do IPTU.

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

De acordo com o Senso 2013 (IBGE), o município de Boca da Mata apresenta 6.618 residências privadas. Desse total, 4.430 possuem rádio, o que faz com que essa mídia de ótimo custo/benefício seja a que apresenta maior penetração dentre as solicitadas no briefing da campanha. Apesar dos grandes avanços no campo da educação, o veículo rádio permite ainda superar a barreira do analfabetismo, que figura em mais de 25% da população do município (Ministério da Saúde – DATASUS - 2010), número que certamente é maior nas faixas etárias superiores, visto que a mudança na educação acontece com maior intensidade na base dessa pirâmide etária. Estes dados servem de base para conhecer

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 201

o problema a ser solucionado e para a estratégia a ser definida, pois apenas através da análise dessas estatísticas é possível conhecer a realidade local, suas especificidades e desenvolver uma campanha publicitária assertiva no intuito de convocar a sociedade para assumir seu papel dentro deste cenário.
É válido notar que as cidades do interior, quando comparado às capitais, apresentam acesso mais difícil à informação e baixa penetração de alguns veículos de comunicação, o que figura como desafio para a campanha publicitária. Em termos de comunicação, a linha de atuação que se mostra mais adequada ao público-alvo é a de uma campanha que seja capaz de chamar a atenção das pessoas para as vantagens oferecidas pela Prefeitura no pagamento do IPTU, levando também em consideração um importante aspecto do comportamento do brasileiro, que é o de sempre presumir que os impostos que paga são apenas gastos em seus orçamentos, e que os mesmos nunca são bem aplicados. O brasileiro tem memória curta, apresentando dificuldades para reconhecer o trabalho que é feito. Por isso, a estratégia de campanha deve mostrar claramente o que foi e será feito através do investimento advindo dos recursos do IPTU.

O tom do discurso necessário a ser seguido é baseado em uma linguagem simples, que passe a mensagem de forma direta, com uso de imagens e símbolos de fácil reconhecimento, decisão tomada para resolver o problema gerado pelos índices de analfabetismo. Assim como os desdobramentos dos investimentos do IPTU, a campanha proposta tem o dever de proporcionar ao público a real dimensão da importância do mesmo, mostrando seus resultados na forma de investimentos nas mais variadas áreas, como: educação, saúde, obras e consequente geração de empregos. Deve-se, ainda, atentar para mídias que se baseiam em áudio, como o rádio e carros de som, que apresentam uma penetração com maior abrangência de território e são acessíveis a todas as classes sociais, independente de nível de escolaridade.

Após a análise dos relatórios fornecidos e das considerações socioculturais já destacadas, reitera-se que o objetivo principal da campanha é criação de uma atmosfera mais positiva em torno do pagamento do imposto IPTU, e que, para atingir tal objetivo, o norte a ser seguido pela campanha deve estar na conscientização de todos os públicos envolvidos sobre os benefícios diretos alcançados através do investimento desse recursos e através da divulgação dos descontos, facilidades de pagamento e sorteios que serão realizados como forma de incentivo e combate à inadimplência.

IDEIA CRIATIVA

Partindo dos principais pontos de destaque da estratégia de comunicação, no intuito de estimular a população a enxergar os pontos positivos do pagamento do IPTU, foi desenvolvido um conceito que agrega os benefícios coletivos e as vantagens por meio dos sorteios de prêmios e do carro 0km. A mensagem principal da campanha é que o retorno advindo do pagamento do imposto é maior do que o custo dele em si.

Para solucionar o problema de comunicação explanado no briefing, sugere-se uma campanha com o seguinte conceito: Com o IPTU em dia, você ganha mais.

Este conceito é capaz de englobar todos os públicos e desdobramentos dos recursos do IPTU: educação, saúde, obras e, consequentemente, mais emprego.

As peças da campanha utilizam personagens masculinos, femininos e infantis,

EM BRANCO

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
202
Fls.

proporcionando uma maior identificação de todo o público e que o mesmo possa sentir-se representado em sua totalidade. Esses personagens são responsáveis por segurarem um símbolo que representa soma e positividade. A simbologia dessa imagem é que contribuir para conquistar mais educação, mais saúde, mais obras, mais emprego está, também, nas mãos da população, através do pagamento do IPTU.

As peças foram criadas e distribuídas entre as mídias de forma a aproveitar as potencialidades específicas de cada uma. O spot de rádio terá grande importância, visto que é um meio clássico de comunicação, considerado uma mídia de massa que atinge todas as classes sociais, idades e sexos. O spot pode também ser utilizado em carros de som, e seu texto é direto, tendo seu grande diferencial criativo na sobreposição de vozes ao longo do mesmo, criando um sentimento de participação e coletividade, o que se encaixa perfeitamente na campanha. Partindo da necessidade de se comunicar com o público do interior do estado, onde boa parte da população vive em áreas rurais, os spots de rádio foram criados utilizando uma linguagem simples e acessível, necessária para atingir um público que apresenta difícil acesso à informação e à educação, levando em consideração os índices de analfabetismo no estado.

Meio de grande credibilidade, o jornal tem a característica de atingir um público formador de opinião, além de permitir um tempo de leitura maior e a consequente inserção de mais informação do que outros meios.

Dotados de bom apelo visual, os banners em policromia ganham importância à medida que é capaz de penetrar onde outras mídias não conseguem ou não apresentam sucesso. Como exemplo de sua utilidade, podemos citar a comunicação dentro de repartições, órgãos e escolas públicas.

No objetivo de levar conhecimento sobre as datas, descontos e a importância do IPTU, a mídia panfleto se apresenta como o melhor suporte para levar o conteúdo para usuários dos serviços públicos do município. É uma ferramenta que pode garantir maior capilaridade da campanha.

Como parte da estratégia digital da campanha, um web banner expansivo será utilizado para trazer a informação para a internet, sendo veiculado em sites de grande número de acessos no estado.

Na entrada do perímetro urbano da cidade, figurando como mídia exterior, uma placa de grandes dimensões trará grande apelo visual e chamará a atenção dos moradores, trazendo destaque para o sorteio do carro 0km e fazendo com o que o mesmo vire assunto nas conversas cotidianas.

Chegou a hora da população fazer a sua parte para garantir mais desenvolvimento de Boca da Mata. Com o IPTU em dia, você ganha mais: mais educação, mais saúde, mais obras e mais emprego.

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 203

ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

Partindo do objetivo de informar a população urbana de Boca da Mata, sobre as vantagens de pagar o IPTU, e respeitando a verba de R$ 100.000,00 (cem mil reais) é indispensável à utilização de diversos meios de comunicação para atingir a todas as classes sociais pertencentes a este município, que possui mais de 27.000 habitantes estimados, conforme fonte IBGE 2010.

O planejamento e distribuição das verbas de mídia têm como objetivo final, a contemplação dos diversos públicos existentes. Para garantir a abrangência, impacto e eficácia, ficou definida uma intensificação da campanha com duração de 30 (trinta) dias, iniciando no dia 03 (três) de março de 2014.

Ainda de acordo com dados de pesquisa IBGE 2013, apenas 1/3 da população de Alagoas aproximadamente é alfabetizada. Esta característica acaba por transformar o cidadão em um grande consumidor de mídias audiovisuais onde a mensagem baseia-se muito mais na imagem e(ou) som do que na leitura de textos.

A mídia de rádio está presente na maioria dos domicílios da cidade, já as mídias jornal e internet, que tem por característica levar informação através da palavra escrita, exigem níveis de escolaridade e esclarecimento maiores de seus leitores.

Com base nessas informações, fica claro a preferência da população pelas mídias audiovisuais em detrimento das mídias impressas. Tal preferência serve apenas de guia para definir a participação de cada uma no plano de mídia e não significa dizer que as mídias impressas e digitais não tenham seu público, espaço e importância.

A estratégia definida para combinar diferentes veículos tem o objetivo de assegurar o equilíbrio entre altas audiências e a diversidade de públicos-alvo atingidos. Portanto, respeitando as diferenças entre cada meio, deve-se buscar a integração de seus respectivos veículos de comunicação, visando sempre o cumprimento do objetivo geral da campanha e dos objetivos específicos advindos da ideia de criação.

Mídia Rádio

Com o objetivo de informar a população, a estratégia adotada para o rádio, mídia de massa também de grande relevância, será utilizar uma emissora do estado que cobre a cidade de Boca da Mata.
Rádio Gazeta FM Arapiraca- Arapiraca – (Spot de 30") – Alcance: 66 municípios de Alagoas incluindo Boca da Mata. Perfil de público: Homens (64%) e Mulheres (36%) das classes CDE (90%). (Fonte: Rádio FM Arapiraca).

Mídia Carro de Som

Com a mesma função do rádio, só que nas ruas, o carro de som percorrerá pelas ruas da cidade e terá mais proximidade da população que não tem acesso a informação por meios impressos ou eletrônicos. Iremos utilizar o carro de som da cidade.
Carro de Som – Leite e Souza Espaço Publicitário LTDA. Perfil do público: toda a cidade de Boca da Mata.

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 204

Mídia Jornal

Meio de maior credibilidade, esta mídia é capaz de atingir um público formador de opinião, sendo, consequentemente, um público influente em diversas esferas da sociedade. Sua importância em uma campanha de conscientização advém da característica de seus leitores terem o costume de agir como multiplicadores da mensagem. Os anúncios serão veiculados no caderno de política, uma vez que os jornais só chegam para assinantes e consequentemente atingindo o público desejado pela campanha.
Jornal Gazeta de Alagoas (1/2 página) – O jornal mais conhecido pela população alagoana. Alcance: Todos os municípios de Alagoas. Tiragem: 40 na Cidade Boca da Mata. (Fonte: Jornal Gazeta de Alagoas).

Mídia Internet

Mídia digital que está presente no dia a dia dos formadores de opiniões, e de muitos cidadãos informatizados. É uma mídia que além de passar a mensagem sobre a campanha, pode interagir com o site da Prefeitura, onde ao clicar no banner será direcionado à página que comunica sobre o IPTU.
Site TNH1 (Super Banner Expansível) - o site mais visitado do estado, tem mais de 13 milhões de exibições de páginas por mês e é líder em acesso em Alagoas. Perfil de público: Homens e Mulheres das classes A,B, e C. Fonte: (Sistema Pajuçara de comunicação).

Mídia Banner

Apresenta a característica de grande apelo visual e a capacidade de um contato mais próximo com o público, aumentando sua eficácia quando utilizada em lugares fechados. Os banners serão distribuídos e dispostos em unidades de saúde, repartições e escolas públicas de todo o Município do perímetro urbano, tendo contato direto tanto com os funcionários públicos como com os cidadãos que frequentam os estabelecimentos.

Mídia Panfleto

Mídia impressa que permite passar maiores detalhes e informações para o leitor, contribuindo de forma efetiva para informação dos mesmos. Os panfletos serão distribuídos e dispostos em unidades de saúde, repartições e escolas públicas, para que possa atingir tanto os funcionários como os frequentadores.

Mídia Placa Formato Outdoor

Dentre as mídias exteriores, dadas as suas grandes dimensões (9x3m), é uma das que possui mais visibilidade - e que serve de apoio ao restante das mídias aqui citadas. A mesma ficará na entrada do perímetro urbano, para que todos possam ter acesso a informação assim que chegarem ao município. Será cobrado apenas produção, pois a mesma pertencerá a cidade, economizando recursos financeiros.
O peso dado a cada uma das mídias presentes no plano de mídia se justifica a partir de ponderações feitas no objetivo de atender às necessidades da campanha em questão através da distribuição consciente da verba disponível, sendo elas: as mídias Rádio e Carro de som, que são consideradas mídias de massa e possuem grande poder de atingir enormes parcelas da população, tornando-se o alicerce da campanha no planejamento de mídia; a mídia Outdoor se apresenta também como grande força para levar a comunicação

EM BRANC

para dentro da cidade, onde está o público a ser atingido; as mídias Jornal e internet apresentam grande credibilidade e segmentação, mas seu desempenho é prejudicado pelos altos índices de analfabetismo, que acarretam a baixíssima circulação desse tipo de mídia na cidade quando é comparada à população do mesmo; as mídias Cartaz e Panfleto, diferentemente das demais, geram custos apenas de produção e não de veiculação, o que significa dizer que suas pequenas participações proporcionais dentro dos custos de mídia não representam uma diminuição de suas importâncias dentro da campanha, mas apenas um diferencial intrínseco e inerente na configuração de custo das mesmas.

Prefeitura Municipal de Bo... do Meio/AL
Fls. 205

EM BRANCO

TABELA COM CUSTOS GERAIS

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 206

	1. Custos Internos			
		Quantidade	Valor Unitáro	Valor Total
1	Criação de lay out anúncio jornal 1/2 página	1	R$ 1.539,65	R$ 1.539,65
2	Criação de roteiro para spot 30"	1	R$ 684,29	R$ 684,29
3	Criação de lay out para panfleto	1	R$ 520,34	R$ 520,34
4	Criação de lay out para Placa	1	R$ 1.817,64	R$ 1.817,64
5	Criação de lay out para banner	4	R$ 1.233,14	R$ 4.932,56
6	Criação de lay out para banner eletrônico	1	R$ 748,44	R$ 748,44
	TOTAL CUSTOS INTERNOS	**R$ 10.242,92**		

	2. Custos Externos (Produção)			
		Quantidade	Valor unitário	Valor Total
1	Compra de Carro Gol zero km, duas portas, simples	1	R$ 27.200,00	R$ 27.200,00
2	Produção de Spot 30"	1	R$ 450,00	R$ 450,00
3	Animação de webbanner	1	R$ 300,00	R$ 300,00
4	Produção de Placa para entrada da cidade, formato 9X3m	1	R$ 7.124,00	R$ 7.124,00
5	Produção de Panfleto	20000	R$ 0,104	R$ 2.080,00
6	Produção de Banner	150	R$ 95,00	R$ 14.250,00
	TOTAL CUSTOS EXTERNOS(PRODUÇÃO)	**R$ 51.404,00**		

	3. Mídia Rádio	Nº de veiculação	Valor Unitário	Total
1	Rádio Gazeta FM Arapiraca	177	R$ 37,02	R$ 6.552,54
	Total de Mídia Rádio	**R$ 6.552,54**		

	4. Mídia Carro de Som	Nº de veiculação	Valor Unitário	Total
1	Souza e Leite Carro de Som	15	R$ 120,00	R$ 1.800,00
	Total de Mídia Carro de Som	**R$ 1.800,00**		

	5. Mídia Jornal	Nº de veiculação	Valor Unitário	Total
1	Jornal Gazeta de Alagoas	2	R$ 2.500,00	R$ 5.000,00
	Total de Mídia Jornal	**R$ 5.000,00**		

	6.Mídia Internet	Nº de veiculação	Total
1	Site Tudo na Hora (TNH1)	30	R$ 25.000,00
	Total de Mídia Internet	**R$ 25.000,00**	

	TOTAL GERAL DA CAMPANHA:	R$ 99.999,46

EM BRANCO

CRONOGRAMA GERAL

Programação Março/2014	S 1	D 2	S 3	T 4	Q 5	Q 6	S 7	S 8	D 9	S 10	T 11	Q 12	Q 13	S 14	S 15	D 16	S 17	T 18	Q 19	Q 20	S 21	S 22	D 23	S 24	T 25	Q 26	Q 27	S 28	S 29	D 30	S 31	Ins.
RÁDIO ARAPIRACA																																
Gazeta FM Arapiraca Rotativo - Spot Saúde 30"			8	8	8	8	8	6	6	8	8	8	8	8	6	6						6	6	8	8	8	8	8	6	6	9	177
CARRO DE SOM																																
Souza e Leite Carro de Som										1	1	1	1	1			1	1	1	1	1			1	1	1	1	1				15
JORNAL																																
Jornal Gazeta de Alagoas - 1/2 página									1														1									2
SUPER BANNER EXPANSÍVEL																																
Site Tudo na Hora (TNH1) - mais de 900 impressões por dia			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
PANFLETOS - 20.000 unidades, formato A5, 4X4 cores, em couche 150g																																
Entrega dos impressos para a Prefeitura de Boca da Mata para distribuição nas unidades de saúde, escolas e repartições públicas da cidade.	Data da entrega para Prefeitura: 10 (dez) dias antes da campanha entrar no ar.																															
BANNER - formato 0,80X1,20m - 150 unidades																																
Entregra dos banner's para a Prefeitura de Boca da Mata para distribuição nas unidades de saúde, escolas e repartições públicas da cidade.	Data da entrega para Prefeitura: 10 (dez) dias antes da campanha entrar no ar.																															
PLACA FORMATO OUTDOOR																																
Instalação de placa na entrada do perímetro urbano.	Instalação da placa 03 (três) dias antes do início da campanha.																															

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Fls. 204

EM BRANC

ORÇAMENTO DE PRODUÇÃO

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 208

Cliente: Prefeitura Municipal de Boca da Mata **Emissão: 27 de maio de 2014**
Título da Campanha: IPTU 2014

Produto/Serviço	Veículo	Valor Unitário	Quant	Total
01. Produção de Spot de 30" para rádio e carro de som	Preview Vídeo	R$ 450,00	1	R$ 450,00
02. Animação de Banner Expansível	Sinc Digital	R$ 300,00	1	R$ 300,00
03. Produção de placa formato 9X3m, instalação na entrada do perímetro urbano de Boca da Mata	Omena Sign	R$ 7.124,00	1	R$ 7.124,00
04. Produção de panfletos, 4X4 cores, formato A5, em couche 150g.	Grafmarques	R$ 0,104	20000	R$ 2.080,00
05. Produção de banner, formato 0,80X1,20m	Omena Sign	R$ 95,00	150	R$ 14.250,00
		Total		**R$ 24.204,00**

Cliente Agência

EM BRANC

Leite e Souza Espaço Publicitário Ltda-ME (Carro de Som)
Rua Rivadávia Carnaúba, 91, Pinheiro - Maceió/AL
CEP:
CNPJ: 97.543.232/0001-28

Agência			Razão Social:			
	END:		Nome Fantasia:			
	CNPJ		Cidade			
	INSC		Estado			
	CEP		Fone:			
	Email		Contato			

CONTRATO DE VEICULAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA — **CNPJ:** 12.264.396/0001-63 — **MÊS/ANO:** 03/14
FONE: — **INSC:** — **PRODUTO:** IPTU
RAZÃO SOCIAL: Município de Boca da Mata/AL — **CEP:** — **TITULO** IPTU 2014
END: Rua Rosalvo Pinto Dâmaso, 224,Centro

PROGRAMAS	DUR	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT	VALOR UNITARIO	VALOR TABELA	DESC %	VALOR TOTAL
MARÇO		S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	-				
SPOT	30										1	1	1	1	1			1	1	1	1	1			1	1	1	1	1				15	R$ 120,00	R$ 1.800,00		1800,00
									Veiculação de spot de 30" durante 6 horas por dia.																								-				0,00
																																	-				0,00
																																	-				
																																	-				
																																	-				
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0					

TOTAL DE INSERÇÕES: 15 — **TOTAL:** 1800,00

VALOR DESCONTO R$

VALOR BRUTO R$ 1800,00

CONTRATANTE	CONTRATADA	AGÊNCIA	EXECUTIVO

VENCIMENTO:	DATA
Contra a Apresentação	27 maio, 2014

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Fls. 209

EM BRANC

Gazeta de Alagoas Ltda (Jornal Gazeta de Alagoas)
Rua Aristeu de Andrade, 355, Farol - Maceió/AL
CEP: 57021-090
CNPJ: 12.503.801/0001-59 Ins. Mun.: 90006400-0

Agência			Razão Social:				
	END:		Nome Fantasia:				
	CNPJ		Cidade				
	INSC		Estado				
	CEP		Fone:				
	Email		Contato				

CONTRATO DE VEICULAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA CNPJ: 12.264.396/0001-63 MÊS/ANO: 03/14
FONE: INSC: PRODUTO: IPTU
RAZÃO SOCIAL: Município de Boca da Mata/AL CEP: TITULO IPTU 2014
END: Rua Rosalvo Pinto Dâmaso, 224,Centro

PROGRAMAS	DUR	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT	VALOR UNITARIO	VALOR TABELA	DESC: %	VALOR TOTAL
MARÇO		S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	-				
Anúncio Jornal 1/2 página	30									1														1									2	R$ 2.500,00	R$ 5.000,00		5000,00
																																	-				0,00
																																	-				0,00
																																	-				
																																	-				
																																	-				
		0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0					

TOTAL DE INSERÇÕES: 2 **TOTAL:** 5000,00

VALOR DESCONTO R$

VALOR BRUTO R$ 5000,00

CONTRATANTE CONTRATADA AGÊNCIA EXECUTIVO

VENCIMENTO:	DATA
Contra a Apresentação	27 maio, 2014

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Fls. 210

EM BRANC

Rádio Clube de Alagoas Ltda (Gazeta FM Arapiraca)
Praça Luiz Pereira Lima, 311, 1º andar , Centro - Arapiraca/AL
CEP: 57300-010
CNPJ: 12.347.589/0002-69 Insc. Munic.: 004.570-84

Agência			Razão Social:			
	END:		Nome Fantasia:			
	CNPJ		Cidade			
	INSC		Estado			
	CEP		Fone:			
	Email		Contato			

CONTRATO DE VEICULAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA — CNPJ: 12.264.396/0001-63 — MÊS/ANO: 03/14
FONE: — INSC: — PRODUTO: IPTU
RAZÃO SOCIAL: Município de Boca da Mata/AL — CEP: — TITULO IPTU 2014
END: Rua Rosalvo Pinto Dâmaso, 224,Centro

PROGRAMAS	DUR	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT	VALOR UNITARIO	VALOR TABELA	DESC. %	VALOR TOTAL
MARÇO		S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S					
ROTATIVO INDETERMINADO *	30			8	8	8	8	8	6	6	8	8	8	8	8	6	6						6	6	8	8	8	8	8	6	6	9	177	R$ 37,02	R$ 6.552,54		6552,54
																																	-				0,00
																																	-				0,00
																																	-				
																																	-				
																																	-				
		0	0	8	8	8	8	8	6	6	8	8	8	8	8	6	6	0	0	0	0	0	6	6	8	8	8	8	8	6	6	9					

TOTAL DE INSERÇÕES: 177 — TOTAL: 6552,54

VALOR DESCONTO R$

VALOR BRUTO R$ 6552,54

CONTRATANTE	CONTRATADA	AGÊNCIA	EXECUTIVO

VENCIMENTO:	DATA
Contra a Apresentação	27 maio, 2014

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Fls. 211

EM BRANC

PI - SITE TNH1

Pajuçara Editora, Internet e Eventos Ltda (Site Tudo na Hora Ltda)
Rua Ângelo Neto, 113, Farol - Maceió/AL
CEP: 57,051-530
CNPJ:09.428.526/0001-41

Agência			Razão Social:		
	END:		Nome Fantasia:		
	CNPJ		Cidade		
	INSC		Estado		
	CEP		Fone:		
	Email		Contato		

CONTRATO DE VEICULAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA — CNPJ: 12.264.396/0001-63 — MÊS/ANO: 03/14
FONE: — INSC: — PRODUTO: IPTU
RAZÃO SOCIAL: Município de Boca da Mata/AL — CEP: — TITULO: IPTU 2014
END: Rua Rosalvo Pinto Dâmaso, 224,Centro

PROGRAMAS	DUR	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT	VALOR UNITARIO	VALOR TABELA	DESC. %	VALOR TOTAL
MARÇO		S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	-				
Super Banner Expansível				1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	29	R$ 25.000,00	R$ 25.000,00		25000,00
																																	-				0,00
																																	-				0,00
																																	-				
																																	-				
																																	-				
		0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1					

TOTAL DE INSERÇÕES: 29 — **TOTAL:** 25000,00

VALOR DESCONTO R$

VALOR BRUTO R$ 25000,00

VENCIMENTO:	DATA
Contra a Apresentação	27 maio, 2014

CONTRATANTE | CONTRATADA | AGÊNCIA | EXECUTIVO

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Fls. 212

EM BRANCO

Câmara Municipal de Baca da Mata
Fls. 213

EM BRANC

EM BRANCO

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 215

Relação dos principais clientes

1. Departamento Estadual de Trânsito de Alagoas - DETRAN / AL
   Período de atendimento: desde julho de 2013.
2. Agência de Modernização da Gestão de Processos - AMGESP
   Período de atendimento: desde julho de 2013.
3. Agência de Defesa e Inspeção Agropecuária de Alagoas - ADEAL
   Período de atendimento: desde julho de 2013.
4. Tribunal Regional do Trabalho da 19ª Região - TRT 19ª.
   Período de atendimento: desde abril de 2013.
5. Limpel Limpeza Urbana LTDA.
   Período de atendimento: desde setembro de 2010.
6. Serquip Tratamentos Resíduos AL LTDA.
   Período de atendimento: desde setembro de 2010.
7. Rita de Cássia Construções e Incorporações LTDA
   Período de atendimento: desde setembro de 2010.
8. Fontan Imóveis LTDA
   Período de atendimento: desde março de 2010.

QUANTIFICAÇÃO E QUALIFICAÇÃO DOS PROFISSIONAIS

DEPARTAMENTO DE ATENDIMENTO & PLANEJAMENTO (3 profissionais)

Maria Izabel Teixeira Cedrim – Atendimento: Graduado em Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda pela Faculdade Maurício de Nassau (Maceió-AL). Atua no mercado há 5 anos como atendimento e gerente de contas de grandes empresas e veículos de comunicação do Estado.

Thiago Oliveira – Diretor de Atendimento: Atua no mercado publicitário há 10 anos, sendo 4 na Inglaterra em grandes agências, tendo ainda experiência como diretor de criação, web e planejamento.

Felipe Ramos Montenegro – Planejamento: Graduado em Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda pela Faculdade Maurício de Nassau (Maceió-AL). Pós-graduado em Marketing MBA com ênfase em vendas pela FGV-RJ. Atua no mercado há 9 anos prestando consultoria em marketing para grandes empresas do estado. Atualmente é professor na Faculdade Maurício de Nassau.

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Barra de Mata/AL
Fls. 216

DEPARTAMENTO DE CRIAÇÃO (4 profissionais)

Yuri Oliveira – Diretor de Criação: Atua no mercado publicitário há 7 anos, e há 3 anos como diretor de criação, já passou pelas principais agências de publicidade de Alagoas e da Paraíba.

João Henrique de Azevedo Santos – Redator: Graduando em Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda na Faculdade Integrada Tiradentes (Maceió-AL), atua no mercado há mais de 4 anos, tendo passado por experiências em setores de marketing, produtoras de vídeo e veículos de comunicação, de forma que aplica seus conhecimentos adquiridos nestas diferentes áreas na contribuição do processo geral criativo.

Jennifer de Melo Albuquerque – Diretora de Arte: Graduada em Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda pela Faculdade Maurício de Nassau (Maceió-AL), atua no mercado publicitário há 1 ano na área de criação e ilustração, tem trabalhos na área de Fotografia e experiência na área de mídias sociais digital.

Joenne Mesquita Santos – Diretor de Arte: Graduado em Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda pela Faculdade Maurício de Nassau (Maceió-AL), atua no mercado há 2 anos, período em que desenvolveu habilidades em design e ilustração. Além da experiência em agência, trabalhou também no setor de Marketing da Faculdade Mauricio de Nassau.

DEPARTAMENTO DE MÍDIA E PRODUÇÃO (1 profissional)

Valéria Dantas Lopes Maia Silva – Mídia e Produção: Graduada em Comunicação Social - habilitação em Publicidade e Propaganda. Atua no mercado publicitário há 9 anos, tendo experiência em assessoria de comunicação em importantes agências de Maceió. Habilidades em elaboração de planejamentos de mídia, levantamento de preços, negociação com veículos, acompanhamento de veiculação, experiência em produção gráfica e eletrônica, cotação de orçamentos, negociação com os fornecedores, acompanhamento da produção dos materiais gráficos e eletrônicos, verificação da qualidade e quantidade dos materiais produzidos.

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO E FINANCEIRO (2 profissionais)

João Tenório Costa Neto – Financeiro: Graduado no curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Alagoas (UFAL), conta com mais de 10 anos de experiência no mercado, tendo atuado em diversas empresas de ramos diferentes.

Warney de Carvalho Lima – Administrativo: Graduado em Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda pela Faculdade Maurício de Nassau (Maceió-AL). Atua no mercado há 6 anos como atendimento e gerente de contas de grandes

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Fls. 217

empresas do estado de Alagoas e ministra palestras sobre o mercado publicitário em cursos de graduação.

INSTALAÇÕES, INFRAESTRUTURA E RECURSOS MATERIAIS

I – 12 (doze) computadores (Desktops, Imacs, Notebooks e Macbooks), interligados às redes físicas e wi-fi;

II – 02 (duas) impressoras laser em rede, 02 (duas) impressoras jato de tinta multifuncional;

III – 01 (uma) impressora multifuncional com impressão em A3;

IV – 02 (duas) linhas telefônicas convencionais fixas;

VI – 07 (sete) linhas de telefone celular – corporativo;

VII – 01 (uma) sala de reunião climatizada e equipada com TV LCD 42" e Home Theater com capacidade para 06 (seis) lugares;

VIII – 01 (uma) sala climatizada e equipada para os setores de criação e mídia com capacidade para 08 profissionais;

IX – 01 (uma) sala climatizada e equipada para os setores atendimento, administrativo e financeiro com capacidade para 05 (cinco) pessoas;

X – 01 (uma) assinatura de acesso à Internet (Net Virtua – Plano 20mb – Franquia de 100GB);

XI – 01 (um) sistema online de gerenciamento de agência publicitária;

XII – 01 (um) banheiro unissex;

XIII – 01 (uma) sala de recepção climatizada com capacidade para 03 (três) pessoas;

XIV – 01 (uma) copa climatizada e equipada com refrigerador e forno microondas;

SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO

Para atender a Prefeitura Municipal de Boca da Mata, a Clorus Comunicação Integrada LTDA nomeará um Gerente de Contas que será responsável pelo relacionamento entre agência e prefeitura. Ele será a pessoa responsável por captar os *briefings*, acompanhar a produção e veiculação dos materiais e de todas as demais funções relacionadas à comunicação e propaganda de responsabilidades da Clorus. O Gerente contará com o apoio de tantos Executivos e Assistentes de Atendimento quantos forem necessários, além de ser responsável por manter reuniões freqüentes com o

EM BRANC

cliente. O Gerente será supervisionado pelo Diretor de Atendimento, que será o responsável em última instância pela conta publicitária da Prefeitura Municipal de Boca da Mata. Ele também manterá reuniões regulares com a equipe do cliente, entretanto com freqüências menores que a do Gerente de Contas, mas estando sempre à disposição da Prefeitura.

A Clorus Comunicação Integrada LTDA se compromete a apresentar as soluções de comunicação e propaganda solicitadas pela Prefeitura Municipal de Boca da Mata em um período médio de 10 (dez) dias úteis para criação de campanha, 2 (dois) dias úteis para criação de peça avulsa e 5 (cinco) dias úteis para elaboração de plano de mídia, a variar da complexidade da requisição.

INFORMAÇÕES DE MARKETING E COMUNICAÇÃO

A Clorus Comunicação Integrada LTDA mantém contrato firmado com o seguinte instituto e suas respectivas ferramentas de pesquisa de mídia e planejamento estratégico a serem colocadas regularmente à disposição da Prefeitura Municipal de Boca da Mata, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato:

• IVC – Instituto Verificador de Circulação - Relatórios de Circulação de Mídia Impressa

Maceió, 26 de maio de 2014.

Thiago Sousa de Oliveira
RG nº 2.001.001.050.600 – SEDS/AL
Sócio Administrador

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Barra de Mata/AL
Fls. 219

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS

Cliente: Projeto Imobiliário Mares do Sul SPE Ltda.

Problema

Lançar um empreendimento e potencializar a velocidade das vendas em um bairro que tem muitos lançamentos em Maceió (Ponta Verde) e que, apesar da ótima localização, poderia não ter o destaque necessário devido ao grande número de empreendimentos na mesma região.

Soluções

O posicionamento adotado foi o de um empreendimento econômico, inteligente e com localização privilegiada. Foi decidido focar nos diferenciais que o produto oferecia e sugerido ainda que os imóveis fossem entregues totalmente mobiliados com móveis fixos. Com o suporte de estudos de mercado feitos para viabilizar esta ideia, não só foi possível realizá-la, como não houve impactos negativos no preço do m², aumentando ainda mais o valor agregado percebido pelos consumidores. Foi então que o aniversário de 55 anos da Record Engenharia entrou na campanha, como justificativa para este presente e outros diferencias do prédio. Foi criada uma campanha para informar que em comemoração aos 55 anos da Record Engenharia, o próximo lançamento seria entregue mobiliado com móveis fixos. As ações de Pré-lançamento foram formatadas de forma que fossem capazes de gerar o máximo de interesse e conhecimento acerca do empreendimento. As mídias foram direcionadas para o site do empreendimento, com o objetivo de cadastrar o maior número de interessados. Para tanto, *banners* de internet foram exibidos em portais de notícia, com integração de mídia *on/offline* em Jornal, onde o consumidor conheceu a fachada do novo empreendimento da Record através da realidade aumentada, e em ações de rua, com panfletagens realizadas em alguns bares e academias da cidade, equipados com uma TV de 42" e uma *webcam*, onde os panfletos poderiam ser premiados com uma garrafa de *whisky* e mensalidades gratuitas, respectivamente. Tais ações tiveram o site como suporte e geraram um cadastro de interessados que foi utilizado para a venda dos imóveis.

Após o lançamento, a comunicação foi reforçada através de 4 VTs de 15" e *SPOTs* de 30", com o objetivo de mostrar as principais economias do empreendimento. As ações de realidade aumentada foram aplicadas também em caixas de pizza. Através do site e de porte das caixas de pizza entregues em bairros selecionados de acordo com o público alvo, o consumidor recebia informações sobre o lançamento do Mares do Sul Residencial e tinha a chance de ganhar uma outra pizza, caso sua caixa fosse premiada. O site também foi modificado para atuar como mais um PDV. Panfletagens em pontos estratégicos sintetizavam alguns diferenciais do empreendimento: Copos de água mineral distribuídos juntamente com os panfletos que abordavam o diferencial "único com central de água mineral". Aproveitando a oportunidade da imobiliária responsável pela venda do

EM BRANCO

Mares do Sul estar com um stand de vendas no shopping mais tradicional da cidade, os consumidores do Maceió Shopping foram cercados para alavancar as vendas das últimas unidades. Logo na entrada do shopping, todos os visitantes que chegavam em seus automóveis tinham contato com a primeira peça: a cancela do shopping direcionava o público para o stand de vendas da imobiliária e anunciava as últimas unidades. Mas a peça principal desta campanha foi mesmo a reedição dos vídeos para TV aberta, agora com nova locução e edição que os transformaram em um trailer de filme a ser exibido nas salas do cinema do shopping em questão. A comunicação foi complementada com a adesivação das mesas da praça de alimentação, local onde os consumidores são menos bombardeados por mensagens publicitárias e estímulos visuais das vitrines.

Resultados

O índice médio de velocidade de vendas do Mares do Sul Residencial, nos 3 primeiros meses de lançamento, foi de 15,6%, enquanto a média do mercado alagoano foi de 4,43%. Isso significa que as vendas do Mares do Sul foram 352,14% mais velozes que as vendas do mercado alagoano neste período. Com isso, 51% das unidades foram vendidas nos 3 primeiros meses. Com pouco menos de 1 ano de lançado, o empreendimento já tinha vendido 85%, restando apenas poucas unidades, o que prova a eficácia do planejamento e comunicação empregados desde o início do projeto.

PROJETO IMOBILIARIO MARES DO SUL SPE LTDA
CAETANO XIMENES
SÓCIO - DIRETOR

CNPJ 11.800.826/0001-51
PROJETO IMOBILIÁRIO MARES DO SUL SPE LTDA
Rua Santa Fernanda, 208 - Sala 16
Jatiúca - CEP 57035-390
Maceió - AL

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Fls. 221

Cliente: Rita de Cássia Construções e Incorporações

Problema

Reposicionar campanha publicitária do empreendimento já lançado no mercado. Criar nova identidade visual e estratégia de vendas.

Soluções

Para a nova identidade visual do empreendimento criamos uma marca conceituada na profissão do Horácio Ferreira, que trabalhava com marchetaria, arte de empregar madeiras incrustadas. Toda a linha visual da campanha foi baseada em tons de madeira remetendo a marca do prédio.

Para a campanha publicitária, foi adotado 3 diferenciais estratégicos que nortearam todo o planejamento: Tranquilidade, Comodidade e Obra em estado avançado.

Na fase inicial, chamada de Pré-lançamento, fizemos um coquetel de apresentação do empreendimento a um grupo de 160 corretores de imóveis, onde foi distribuído um folder para investidores, apresentado toda a campanha publicitária e entregue a tabela de preços diferenciada para as primeiras semanas (antes do lançamento). O Folder para investidores continha um cd com uma apresentação em flash e tinha um objetivo de vender as primeiras unidades a um preço especial para investidores. Foi criado um stand virtual (site) com todas as informações do empreendimento, um tour virtual (permite ao internauta ver em 360 graus as perspectivas em 3D de vários ambientes do apartamento e do prédio), plantas e campo de contato para solicitar diretamente à construtora informações do Horácio Ferreira.

O empreendimento foi lançado com uma campanha segmentada utilizando como ferramentas a internet (mkt mail, stand virtual), jornal, rádio, outdoor, outbus, ações promocionais e forte sinalização na obra do prédio. No stand virtual, para ter acesso ao Tour Virtual o internauta precisava preencher um cadastro que servia de banco de dados para o envio de mkt email da construtora. Na medida que os internautas se cadastravam uma equipe de corretores entrava em contato para agendar visitas à obra e apresentar o empreendimento. Os anúncios de jornais foram frequentes, sempre aos domingos, por 3 meses e buscavam um público da classe A mais conservador que não era atingido com as ações da internet. As peças criadas para rádio, outdoor e outbus tinham a missão de massificar a mensagem do empreendimento em toda capital alagoana. Enquanto a sinalização na obra e as ações promocionais concentravam-se nas proximidades do prédio.

Na fase de Manutenção mantivemos as ações promocionais, anúncios de jornais e após a entrega do prédio lançamos uma campanha publicitária com os seguintes meios: TV, Rádio, Internet, Ação Promocional. Sentimos a necessidade de fazer uma campanha mais agressiva para acelerar as vendas das últimas unidades, e criamos o conceito de

EM BRANCO

Fls. 222

"Pronto Pra Você" enfatizando que o edifício estava entregue e pronto morar. O VT de 30" continha cenas reais do prédio, e apresentava todas as áreas já equipadas, além de atrativos como os armários fixos da cozinha que já vinham montados em todos os apartamentos. Na internet o stand virtual continuou a transformar visitas em novos cadastros, colocamos banners no maior portal de notícias do Estado e gravamos matérias jornalísticas no local para um programa especifico do ramo imobiliário que além se exibir no portal os vídeos, também exibia na TV.

As ações promocionais foram intensificadas aos fins de semanas com panfletagens em semáforos e blitz no local e na imobiliária.

Resultados

Ao fim do período de Pré-lançamento e Lançamento, nos seis primeiros meses, o empreendimento alcançou o índice de 35% de vendas, superando a meta planejada pela construtora. As vendas continuaram na fase de Manutenção e o índice subiu para 55%. Para o cliente o resultado da campanha foi bem satisfatório, uma vez que no empreendimento anterior ao Horácio Ferreira, a velocidade de vendas foi bem abaixo do planejado.

Fernando Antônio Costa Coutinho
Assessor da Diretoria
RITA DE CÁSSIA CONSTR.INCORPORAÇÕES LTDA

RITA DE CÁSSIA CONSTRUÇÕES E INCORPORAÇÕES LTDA
FERNANDO COUTINHO
DIRETOR FINANCEIRO

EM BRANC

Maceió, 26 de maio de 2014

Prefeitura Municipal de Bo... Fls. 223

Thiago Sousa de Oliveira
RG nº 2.001.001.050.600 – SEDS/AL
Sócio Administrador

EM BRANC

Prefeitura Municipal da Mata/AL
Fls. 224

REPERTÓRIO

Repertório de Audiovisual (DVD em anexo contendo os comerciais abaixo listados):

1. Título: Mares do Sul - Cinema
   Agência: Clorus Comunicação Integrada LTDA
   Cliente: Record Engenharia
   Data de Produção: Novembro de 2011
   Período de Veiculação: Novembro de 2011
   Exposição/Distribuição: Alagoas
   Produtora: Staff Vídeo
   Diretor: Luciano Gama
   Atendimento: Thiago Oliveira
   Direção de Criação: Yuri Oliveira
   Direção de Arte: Yuri Oliveira e Marcelo Mendonça
   Redação: João Henrique de Azevedo
   Mídia e Produção: Dinah Cota
   Problema que se propôs resolver: Divulgar os principais diferenciais do empreendimento e o stand de vendas no Maceió Shopping.
   Veiculado em: Cinemas Kinoplex Maceió
   Formato: Filme de 30"

2. Título: Projovem 2010
   Agência: Clorus Comunicação Integrada LTDA
   Cliente: Fundepes
   Data de Produção: Janeiro de 2011
   Período de Veiculação: Fevereiro de 2011
   Exposição/Distribuição: Alagoas
   Produtora: Staff Vídeo
   Atendimento: Warney Lima
   Direção de Criação: Yuri Oliveira
   Direção de arte: Yuri Oliveira, Marcelo Mendonça, Tiago Preto
   Redação: João Henrique
   Mídia: Dinah Cota
   Problema que se propôs resolver: Prestação de contas de 2010 do projeto.
   Veiculado em: TV Gazeta de Alagoas e TV Pajuçara
   Formato: Filme de 60"

3. Título: Semana Nacional de Trânsito
   Agência: Clorus Comunicação Integrada LTDA
   Cliente: DETRAN-AL
   Data de Produção: Setembro de 2013
   Período de Exibição: Setembro de 2013
   Exposição/Distribuição: Alagoas
   Produtora: Preview Digital
   Atendimento: Thiago Oliveira

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 125

Direção de criação: Yuri Oliveira
Direção de arte: Yuri Oliveira
Redação: João Henrique
Mídia e Produção: Camila Marques
Problema que se propôs resolver: Alertar sobre o perigo e as conseqüências de beber e dirigir no trânsito.
Veiculado: TV Gazeta de Alagoas e TV Pajuçara
Formato: Filme de 30"

4.Título: Vacinação contra a Aftosa
Agência: Clorus Comunicação Integrada LTDA
Cliente: ADEAL
Data de Produção: Maio de 2014
Período de Exibição: Maio de 2014
Exposição/Distribuição: Alagoas
Produtora: Preview Digital
Atendimento: Thiago Oliveira
Direção de criação: Yuri Oliveira
Direção de arte: Yuri Oliveira, Joenne Mesquita e Jennifer Albuquerque
Redação: João Henrique
Mídia e Produção: Camila Marques
Problema que se propôs resolver: Informar para os pecuaristas a data da vacinação da Febre Aftosa.
Veiculado: TV Gazeta de Alagoas e TV Pajuçara
Formato: Filme de 30"

5. Título: Turismo de Negócio
Agência: Clorus Comunicação Integrada LTDA
Cliente: Maceió Convention
Data de Produção: Outubro de 2011
Período de Veiculação: Novembro de 2011
Exposição/Distribuição: Alagoas
Produtora: Cadabra FX
Atendimento: Thiago Oliveira
Direção de Criação: Yuri Oliveira
Direção de Arte: Yuri Oliveira, Tiago Preto e Marcelo Mendonça
Redação: João Henrique de Azevedo
Mídia: Dinah Cota
Problema que se propôs resolver: Divulgar o Turismo de Negócios e Eventos em Maceió.
Veiculado em: TV Gazeta de Alagoas
Formato: Filme de 30"

EM BRANC

Repertório de Mídia Impressa (Revista, Jornal):

Prefeitura Municipal ... Fls. 226

6. Título: 10 anos de Marroquim
   Agência: Clorus Comunicação Integrada LTDA
   Cliente: Marroquim Engenharia
   Data de Produção: Fevereiro de 2011
   Período de Veiculação: Fevereiro de 2011
   Exposição/Distribuição: Alagoas
   Atendimento: Warney Lima
   Direção de Criação: Yuri Oliveira
   Direção de Arte: Tiago Preto
   Redação: João Henrique de Azevedo
   Mídia e Produção: Dinah Cota
   Problema que se propôs resolver: Divulgar o aniversário de 10 anos da Marroquim Engenharia e fortalecer a marca.
   Veiculado em: Jornal Gazeta de Alagoas
   Formato: 1/3 de página

EM BRANC

7. Título: Processo Judicial Eletrônico da Justiça do Trabalho – PJe-JT
Agência: Clorus Comunicação Integrada LTDA
Cliente: Tribunal Regional do Trabalho da 19ª Região – TRT/AL
Data de Produção: Julho de 2013
Período de Veiculação: Julho de 2013
Exposição/Distribuição: Alagoas
Atendimento: Warney Lima
Direção de Criação: Yuri Oliveira
Direção de Arte: Yuri Oliveira
Redação: João Henrique de Azevedo
Mídia e Produção: Camila Marques
Problema que se propôs resolver: divulgar a implementação do Processo Judicial Eletrônico em Maceió.
Veiculado em: Jornal Gazeta de Alagoas
Formato: 4Col x 30cm

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 227

EM BRANC

8. Título: Dia das Mães – Fontan Imóveis
Agência: Clorus Comunicação Integrada LTDA
Cliente: Fontan Imóveis
Data de Produção: Maio de 2010
Período de Veiculação: Maio de 2010
Exposição/Distribuição: Alagoas
Atendimento: Thiago Oliveira
Direção de Criação: Yuri Oliveira
Direção de Arte: Yuri Oliveira
Redação: Maria Teresa
Mídia e Produção: Zaniel Neto
Problema que se propôs resolver: fazer uma homenagem ao dia das mães e relacionar com o negócio do cliente.
Veiculado em: Jornal Gazeta de Alagoas
Formato: ¼ de página

Prefeitura Municipal ... Fls. 228

EM BRANCO

Prefeitura Municipal de Maceió
Fls. 229

9. Título: Prêmio Veja – Bodega do Sertão
Agência: Clorus Comunicação Integrada LTDA
Cliente: Bodega do Sertão
Data de Produção: Outubro de 2011
Período de Veiculação: Outubro de 2011
Exposição/Distribuição: Alagoas
Atendimento: Warney Lima
Direção de Criação: Yuri Oliveira
Direção de Arte: Yuri Oliveira
Redação: João Henrique de Azevedo
Mídia e Produção: Dinah Cota
Problema que se propôs resolver: divulgar a conquista do Prêmio de Melhor Cozinha Sertaneja da Revista Veja Maceió Comer e Beber.
Veiculado em: Revista Folha da Barra
Formato: 1 página

EM BRANCO

10. Título: Sucesso
Agência: Clorus Comunicação Integrada LTDA
Cliente: Fontan Imóveis
Data de Produção: Dezembro de 2010
Período de Veiculação: Dezembro de 2010
Exposição/Distribuição: Alagoas
Atendimento: Warney Lima
Direção de Criação: Yuri Oliveira
Direção de Arte: Yuri Oliveira
Redação: João Henrique de Azevedo
Mídia e Produção: Dinah Cota
Problema que se propôs resolver: Anúncio institucional de final de ano para comemorar as conquistas do ano de 2010 e desejar boas festas de fim ano.
Veiculado em: Jornal Gazeta de Alagoas
Formato: Meia página

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Fls. 230

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 231

Maceió, 26 de maio de 2014.

Thiago Sousa de Oliveira
RG nº 2.001.001.050.600 – SEDS/AL
Sócio Administrador

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Rocas de Matos/AL
Fls. 232

EM BRANCO

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
23

PROPOSTA TÉCNICA – INVÓLUCRO No 3
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO,
REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE
PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA
CONCORRÊNCIA No 001/2014
CLORUS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA
CNPJ: 10.711.572/0001-32

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls 233
Visto

NOVA
AGÊNCIA COMUNICAÇÃO

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 234

INVÓLUCRO Nº 3

PROPOSTA TÉCNICA

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

PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA
CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

NOVAGENCIA COMUNICAÇÃO - CNPJ 04.668.053/0001-36

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Comissão Permanente de Licitação
Concorrência nº 001/2014
Invólucro nº 3
Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 235

NOVA AGÊNCIA COMUNICAÇÃO

Relação nominal dos seus principais clientes

Apresentamos a seguir, relação dos principais clientes atendidos pela Novagencia Propaganda Ltda até a presente data e os períodos iniciais de atividade em nossa carteira de clientes, onde prestamos os serviços de criação, planejamento, produção e distribuição de materiais publicitários:

- **Prefeitura Municipal de Maceió**, Pessoa Jurídica Pública – cliente desde 11/ 2007.
- **Prefeitura Municipal de Marechal Deodoro - Cliente desde Março de 2012**
- **Noblesse Ótica e Joalheria, ramo ótico** – cliente desde março de 2005.
- **Fundação Delmiro Gouveia**, Pessoa Jurídica de Direito Público – cliente desde 09/ 2005.
- **Grupo Parque das Flores, Atividades funerárias** – cliente desde 04/ 2009.
- **OAB- Seccional Alagoas**, Entidade de Classe dos Advogados – cliente desde 01/ 2007.
- **Pousada Pontal Pôr do Sol**, ramo hoteleiro – cliente desde novembro de 2007
- **Memorial Parque Maceió – Cemitério Parque** – cliente desde julho 2010

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Comissão Permanente de Licitação
Concorrência nº 001/2014
Invólucro nº 3
Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 226

NOVA AGÊNCIA COMUNICAÇÃO

Capacidade de Atendimento
Quantificação e qualificação Profissional

Jair Rogério de Lima - Diretor de Atendimento / Planejamento - Sócio-Diretor da Novagência Propaganda - Técnico em publicidade, propaganda e rádio com Pós Graduação em Propaganda e Marketing – pela ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing) com 23 anos de experiência, tendo passado pelas Agências DM9, Consuma Propaganda, Araújo Propaganda e Antares Comunicação.

Alan Arnaud - Diretor de Criação / Redator / Planejamento - Há 15 anos no mercado publicitário, há 13 anos no Nordeste. Trabalhou como diretor de arte e redator para empresas de comunicação e propaganda na cidades do Rio de Janeiro, João Pessoa, Natal e Maceió. Vencedor de diversos prêmios locais e regionais de publicidade, em todos os estados onde atuou. Concluiu cursos e oficinas de Criação, Redação e Planejamento de Propaganda ministrados pela ESPM.

Luciano Amâncio – Criação - Diretor de Arte / Internet - Formado em Comunicação Social, com habilitação em publicidade e propaganda, pela ESAMC, tendo curso de Extensão pela Miami AD School – ESPM. Foi vencedor do Premio Gazeta de Publicidade 2007 e finalista no Concurso Universitário Guerreiros de Alagoas.

Fábio de Almeida Rocha - Criação – Diretor de Arte / Designer Gráfico/ Ilustrador - Técnico em artes gráficas e informática com especialização em desing gráfico. Atua no mercado de comunicação e marketing há 8 anos. Foi colaborador do Banco BMG, ADP Publicidade e Iteral. Sempre na área de Marketing e Design. Participou de eventos e workshops na área de criação publicitária e design da ESPM.

Érika Silva de Almeida – Mídia - Formada em pedagogia, atua no mercado há 15 anos com conhecimento prático em atendimento comercial, OPEC, mídia e produção.

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Comissão Permanente de Licitação
Concorrência nº 001/2014
Invólucro nº 3
Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 237

NOVA AGÊNCIA COMUNICAÇÃO

Capacidade de Atendimento
Quantificação e qualificação Profissional – continuação

Lucineide Barboza de Araújo – Administrativo Financeiro – Formada em Pedagogia, atua no mercado publicitário há 15(Quinze) anos. Trabalhou nas agências Artecetera e Antares. Responde pelo setor, sendo responsável direta pelo atendimento administrativo de clientes como: Governo do Estado de Alagoas e Prefeitura de Maceió.

Rosiete Nicácio Chaves – Secretária - Formada em Pedagogia, trabalha no mercado publicitário há mais de 10 anos, se especializando na área de produção. Foi colaboradora da agência Consuma Propaganda.

Rosália Chaves - Produção Gráfica - Com especialização em serviços gráficos, trabalhou no Jornal Tribuna de Alagoas e há 3 anos responde pelo departamento de produção gráfica, após ter passado pelo departamento financeiro onde se especializou em orçamentos.

Josuel Sandro S. Silva – Produção RTVC e Tráfego - Concluinte do ensino médio. Tem curso de fotografia e trabalha na área de produção eletrônica há 04(quatro) anos. Trabalhou nas empresas Antares Comunicação e Kromus Produtora de Vídeo.

Luciano Pereira - Arte Finalista Atuando no setor gráfico como arte finalista há 31 anos, trabalhou várias agências de propaganda: Chama Publicidade, Consuma Propaganda, Araújo Propaganda além dos Jornais Gazeta de Alagoas e O Jornal, sempre com finalização de arquivos. Há 3 anos faz parte de nossa equipe.

Em atendimento ao edital, a Nova Agência declara que todos os profissionais indicados na capacidade de atendimento integrarão a equipe técnica necessária para atendimento das necessidades deste edital e estarão disponíveis para a execução dos serviços, cabendo responsabilidade técnica para cada setor dos seguintes profissionais: Alan Arnaud - Criação, Redação, Estudo e Planejamento / Fábio Rocha - Criação / Luciano Amâncio - Criação, Internet / Rosália Nicácio - Produção Gráfica / Erika Almeida - Mídia / Jair Rogério - Atendimento / Josuel Sandro - Produção de RTV. **Currículos e declarações em Anexos**

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Comissão Permanente de Licitação
Concorrência nº 001/2014
Invólucro nº 3
Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 238

NOVA AGÊNCIA COMUNICAÇÃO

Capacidade de Atendimento
Instalações, infra-estrutura e recursos materiais

A Nova Agência está instalada em uma casa de 200m² e localizada em um dos pontos mais nobres da Ponta Verde. Conta com uma estrutura bem dividida com salas exclusivas para todos os departamentos (Criação, Atendimento, Produção, Planejamento e Mídia), além de sala de reunião e um estúdio Fotográfico climatizado.
A empresa está aparelhada com o que há de mais moderno em termos de tecnologia, para execução do contrato, objeto desta concorrência. Na relação de seus equipamentos constam:
01 máquina fotográfica Canon 7D profissional com resolução de 20 megapixel
01máquina fotográfica Sony A100 com resolução de 12 megapixels,
02 tablet (IPAD) para pequenas apresentações
03 computadoor Apple (IMAC) 21 polegadas
05 computadores desktop (processador intel core 2 duo, 4 Gb, e placa aceleradora)
05 computadores desktop (processador intel Dual core, 2 Gb,)
03 computador notebook (processador intel core 2 duo, 2 Gb)
01notebook Apple (Mac book)
01 impressora HP 9800 (33x48 cm
01 impressora HP LaserJet CP1215 Collor
03 impressora HP Laser monocromática
01 copiadora Xerox
01 Scanner HP 4800 (9800 dpi sem interpolação)
01 Aparelho de Fax Sharp

Webcam para video conferência
Internet banda larga 12 Mb
Rede Wireless 200m
3 Televisores 32 polegadas LCD
Gravador de DVD
Projetor Epson 2.500 lumens

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL.
Fls. 239

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Comissão Permanente de Licitação
Concorrência nº 001/2014
Invólucro nº 3
Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Capacidade de atendimento
Instalações, infra-estrutura e recursos materiais

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Comissão Permanente de Licitação
Concorrência nº 001/2014
Invólucro nº 3
Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 240

NOVA AGÊNCIA COMUNICAÇÃO

Capacidade de Atendimento
Sistemática de atendimento

Comprometemos a atender a Prefeitura Municipal de Boca da Mata, no endereço de sua sede, bem como prestar seus serviços durante a execução do contrato com base nas seguintes diretrizes:

Criar, acompanhar e dirigir os eventos e ações de não mídia inerentes ao desenvolvimento da estratégia de comunicação da Prefeitura Municipal de Boca da Mata.

Provocar reuniões freqüentes entre a equipe de atendimento da Nova Agência e a Comunicação da Prefeitura Municipal de Boca da Mata, visando aprovar as campanhas criadas.

Acompanhar e supervisionar o desenvolvimento (produção, veiculação e resultado final) das campanhas publicitárias preservando a natureza da sua estratégia e identidade corporativa, mantendo a Prefeitura Municipal de Boca da Mata constantemente informada sobre o andamento dos trabalhos.

Supervisionar todas as ações de comunicação, no sentido de assegurar a integração dos recursos aos conceitos institucionais criados e desenvolvidos para a comunicação da Prefeitura Municipal de Boca da Mata integrando as ações aos seus objetivos e garantindo a sua identidade única.

Analisar os resultados das campanhas, produzindo relatórios que indiquem os caminhos a seguir e atestem o atendimento das necessidades de comunicação a partir de cada campanha realizada.

As peças publicitárias de cada campanha terão: pertinência com o problema que se vai solucionar, relevância para o público-alvo, integração e respeito à identidade do cliente, serão propositivas, de bom gosto, terão força emocional e simplicidade. As que não cumpram essas determinações não serão aprovadas.

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Comissão Permanente de Licitação
Concorrência nº 001/2014
Invólucro nº 3
Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

NOVA AGÊNCIA COMUNICAÇÃO

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 241

Capacidade de Atendimento
Sistemática de atendimento - Continuação

Prazos a serem cumpridos em condições normais de trabalho:
1. Criação de peças publicitárias e gráficas simples até 5 (cinco) dias úteis;
2. Criação de campanhas publicitárias até 10 (dez) dias úteis;
3. Criação de material eletrônico didático e institucional até 5 (cinco) dias úteis;
4. Criação de peças publicitárias e gráficas complexas até 30 (trinta) dias úteis;
5. Produção eletrônica com duração entre 30 e 60 segundos até 5 (cinco) dias úteis;
6. Produção eletrônica com duração acima de 60 segundos até 10 (dez) dias úteis;
7. Produção gráfica simples até 5 (cinco) dias úteis;
8. Produção gráfica complexa até 30 (trinta) dias úteis;
9. Criação e produção de homepages interna e externa ou qualquer outro material interativo, até 60 (sessenta) dias úteis;

PROPOSTA TÉCNICA
Capacidade de Atendimento
Discriminação das informações de comunicação e marketing

A Nova Agência colocará, sem qualquer ônus adicional, à disposição da Prefeitura Municipal de Boca da Mata, durante todo o tempo de execução do contrato, todas as informações utilizadas pela agência na área de planejamento, criação e execução de campanhas e ações de comunicação, além das abaixo relacionadas:
• Pesquisa do IBOPE sobre penetração e consumo de mídias no Município de Boca da Mata;
• Acompanhamento, através do serviço de Check up de Mídia, da veiculação das inserções estabelecidas nos planos de mídia para a Prefeitura Municipal de Boca da Mata, garantido a acuidade da sua aplicação;
•Serviço de controle e checagem das inserções na mídia impressa com envio de comprovantes de veiculação das peças veiculadas.

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 242

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Comissão Permanente de Licitação
Concorrência nº 001/2014
Invólucro nº 3
Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Repertório - Rádio - PEÇA ANEXA EM CD

ÁUDIO - Jingle -

Abre sanfona – Forró pé de serra
Quantas estrelas no céu, bem. Quanto querer pra lembrar.
Quanta alegria em meu peito, nem dá pra contar.
Olha a fogueira acesa, vem com a gente brincar.
São João em Maceió tem festa em todo lugar.

Refrão – altera para ritmo mais marcado (embolada) com ênfase no pandeiro.
E a cidade já tá toda arrumada, pro arraial tá preparada, nunca vi nada melhor.
Tem pé de serra e dança coco, tem xaxado, tudo junto e misturado se acabando no forró.
É nossa festa, é tradição, nossa cultura, brincadeira e embolada de Jacinto a Tororó.
É alegria construindo um novo tempo, então viva esse momento é São João em Maceió.

Bg Trilha - Loc.Off Masc.
Durante o Mês de Junho Maceió faz o seu maior São João valorizando as tradições com eventos por toda cidade
Participe desta festa que este ano vai homenagear 2 grandes nomes da nossa cultura popular.
De Jacinto a Tororó, São João é em Maceió!

Assina
Prefeitura de Maceió
Juntos Construimos um novo tempo.
Serviço de controle e checagem das inserções na mídia impressa com envio de comprovantes de veiculação das peças veiculadas.

Cliente: Prefeitura Municipal de Maceió
Titulo: De Jacinto a Tororó
Campanha: São João de Maceió
Peça: VT 60"

A peça principal de campanha Institucional da Prefeitura em comemoração aos festejos Juninos. A campanha pretendia resgatar os valores culturais das festas valorizando apenas os artistas locia. O Jingle criado passava pelos estilos do coco e forró pé de serra e teve repercussão imediata caindo no gosto da população durante o período de veiculação.

Data de produção: Maio / 2013
Período de veiculação: Junho / 2013
Veículos: Tv Gazeta de Alagoas / Tv Pajuçara

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 243

NOVA AGÊNCIA COMUNICAÇÃO

Repertório – Outdoor

Cliente: Governo de Alagoas
Campanha: Se beber não dirija
Peça criada como parte de campanha de prevenção de acidentes durante o Carnaval. A peça se valia de expressão popularizada por música de sucesso no período.

Data de produção: Fevereiro / 2011
Período de veiculação: Fevereiro / 2011
Veículos: TV Gazeta de Alagoas

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Comissão Permanente de Licitação
Concorrência nº 001/2014
Invólucro nº 3
Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 244

NOVA
AGÊNCIA COMUNICAÇÃO

Cliente: Governo de Alagoas
Campanha: Dia da Indústria
Peça: Anúncio de Jornal - Meia página Espelhada
A peça alusiva ao dia da Indústria, comemorava a data evidenciando os avanços na geração de emprego e Renda, graças as políticas de atração de empresas do Governo do Estado. As carteiras de trabalho, modelos antigos e novos, metaforizavam as oportunidades para aqueles que já estavam no mercado de trabalho e para os estão chegando. A composição gráfica das carteiras formava a marca do Governo de Alagoas

Data de produção: Maio / 2011
Período de veiculação: Maio / 2011

Veículos:
Jornal Tribuna Independente / Jornal Gazeta de Alagoas

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL Fls. 245

NOVA AGÊNCIA COMUNICAÇÃO

Repertório

Cliente: Brabo Magalhães Escritório de Advocacia
Titulo: Defesa completa
Peça: Anúncio de Jornal

Peça alusiva ao Dia do Advogado.
A proposta do anúncio era, de forma simpática, demonstrar a importância da categoria, metaforizando o aspecto da proteção. Peça Premiada.
Data de produção: Agosto / 2011
Período de veiculação: Agosto de 2011

Veículos: Jornal Gazeta de Alagoas

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 246

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Comissão Permanente de Licitação
Concorrência nº 001/2014
Invólucro nº 3
Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Repertório - Filme para TV - PEÇA ANEXA EM CD

ÁUDIO - Jingle -

Abre sanfona – Forró pé de serra
Quantas estrelas no céu, bem. Quanto querer pra lembrar.
Quanta alegria em meu peito, nem dá pra contar.
Olha a fogueira acesa, vem com a gente brincar.
São João em Maceió tem festa em todo lugar.

Refrão – altera para ritmo mais marcado (embolada) com ênfase no pandeiro.
E a cidade já tá toda arrumada, pro arraial tá preparada, nunca vi nada melhor.
Tem pé de serra e dança coco, tem xaxado, tudo junto e misturado se acabando no forró.
É nossa festa, é tradição, nossa cultura, brincadeira e embolada de Jacinto a Tororó.
É alegria construindo um novo tempo, então viva esse momento é São João em Maceió.

Bg Trilha - Loc.Off Masc.
Durante o Mês de Junho Maceió faz o seu maior São João valorizando as tradições com eventos por toda cidade
Participe desta festa que este ano vai homenagear 2 grandes nomes da nossa cultura popular.
De Jacinto a Tororó, São João é em Maceió!

Assina
Prefeitura de Maceió
Juntos Construimos um novo tempo.

Cliente: Prefeitura Municipal de Maceió
Titulo: De Jacinto a Tororó
Campanha: São João de Maceió
Peça: VT 60"

A peça principal de campanha Institucional da Prefeitura em comemoração aos festejos Juninos. A campanha pretendia resgatar os valores culturais das festas valorizando apenas os artistas locia. O Jingle criado passava pelos estilos do coco e forró pé de serra e teve repercussão imediata caindo no gosto da população durante o período de veiculação.

Data de produção: Maio / 2013
Período de veiculação: Junho / 2013
Veículos: Tv Gazeta de Alagoas / Tv Pajuçara

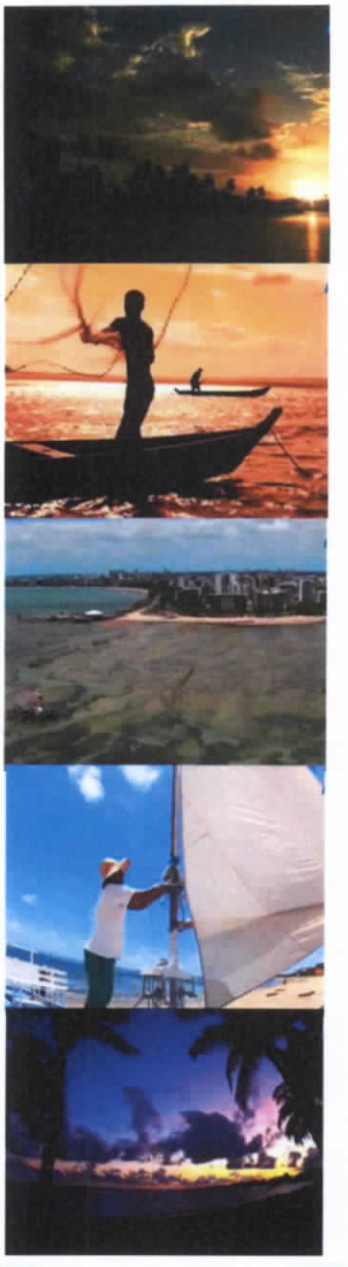
EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Comissão Permanente de Licitação
Concorrência nº 001/2014
Invólucro nº 3
Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de
Soluções de Problemas de Comunicação

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 247

NOVA AGÊNCIA COMUNICAÇÃO

Repertório - Filme para TV - PEÇA ANEXA EM CD



Áudio

Jingle

Abre ritmo lento (sanfona e viola)
Olha só quanta beleza,
mostra nossa Maceió.
173 anos fazendo questão de ser melhor.
Melhor pra quem ama essa terra,
melhor pra quem sonha em crescer.
O belo da nossa cidade, é a gente, é o povo, é você.

Loc. Off Masc.
Maceió é linda por natureza e a mais valiosa beleza natural desta cidade... são as pessoas. Parabéns Maceió.

Uma Homenagem
Governo de Alagoas
Gente que faz pela gente

Cliente: Governo de Alagoas
Campanha: 173 anos de Maceió
Peça: Filme TV 30"
A peça, criada em comemoração aos 173 da capital Alagoana evidenciava as belezas naturais da cidade de Maceió mas valorizava

sua principal beleza: a população.

Data de produção: Dezembro / 2012
Período de veiculação: Dezembro / 2012
Veículos: TV Gazeta de Alagoas

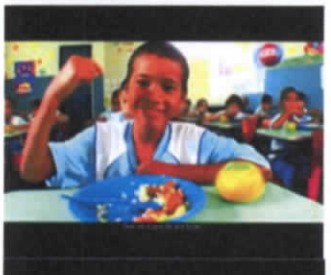
Maceió 173 anos
Uma Homenagem
Governo de Alagoas
Gente que faz pela gente

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Comissão Permanente de Licitação
Concorrência nº 001/2014

Invólucro nº 3
Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de
Soluções de Problemas de Comunicação

Repertório - TV- PEÇA ANEXA EM CD



Veja a nossa cidade crescer
Deixa a gente mostrar
Veja só o que dá pra fazer
Quando se quer mudar

Veja o mais que se faz com você
Pode se orgulhar
Veja o mais que pode acontecer
Quando dá pra sonhar

Veja um novo momento nascer
Veja as ruas, as praças e o mar
Veja mais Maceió pra viver
Seja mais Maceió pra morar
Loc. Off. Fem.
Com trabalho, planejamento e respeito, a prefeitura faz mais pela qualidade de vida de toda população.

Veja mais Maceió pra viver
Seja mais Maceió pra morar
Prefeitura de Maceió. Trabalhando mais por quem mais precisa.

Cliente: Prefeitura de Maceió
Campanha: Veja Mais Maceió
Peça: Filme TV 60"

A peça em campanha de prestação de contas das ações da Prefeitura Municipal de Maceió.

Data de produção: Fevereiro / 2012
Período de veiculação: Fevereiro / 2012
Veículos: TV Gazeta de Alagoas

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Comissão Permanente de Licitação
Concorrência nº 001/2014
Invólucro nº 3
Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação
Repertório

Cliente: Prefeitura Municipal de Delmiro Gouveia
Titulo: 100 dias de trabalho e de conquistas
Peça: Anúncio de Revista

Peça alusiva aos 100 dias de Governo .
Data de produção: Dezembro / 2013
Período de veiculação: Janeiro de 2014
Veículos: Revista

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Comissão Permanente de Licitação
Concorrência nº 001/2014
Invólucro nº 3
Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação
Repertório - Back Bus

Cliente: Prefeitura de Maceió
Campanha: Basta de Violência
Peça sequancial de campanha para promoção da cultura de paz entre pessoas de idades, sexos distintos

Data de produção: Dezembro / 2012
Período de veiculação: Dezembro / 2012
Veículos: TV Gazeta de Alagoas

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Comissão Permanente de Licitação
Concorrência nº 001/2014
Invólucro nº 3
Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 251

NOVA AGÊNCIA COMUNICAÇÃO

Repertório - Filme para TV - PEÇA ANEXA EM CD

ÁUDIO – solo de guitarra com peso (overdrive) -

Trecho olha pro céu 6 "

Trecho cai cai balão 6"

Trecho de Asa branca 6"

Entra marca Forrock

Entra marca São João

Cliente: Prefeitura de Maceió
Campanha: Forrock
Peça: Filme TV 30"
Peça promocional para divulgação de festival de rock realizado pela Prefeitura no período das festas Juninas

Data de produção: Junho / 2013
Período de veiculação: Junho / 2013
Veículos: TV Gazeta de Alagoas

EM BRANCO

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Comissão Permanente de Licitação
Concorrência nº 001/2014
Invólucro nº 3
Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 252

NOVA AGÊNCIA COMUNICAÇÃO

Repertório - Anúncio de Jornal

Cliente: Prefeitura de Maceió
Campanha: Mais Maceió
A peça, criada como parte de campanha de prestação de contas da Prefeitura demonstrava os avanços de infraestrutura alcançados pela gestão.

Data de produção: Dezembro / 2012
Período de veiculação: Dezembro / 2012
Veículos: TV Gazeta de Alagoas

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 253

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Cliente: Grupo Parque das Flores / Campanha: Memorial Parque Maceió

O grupo Parque das Flores, há 26 anos no ramo de serviços funerários, proprietário do maior cemitério parque do Estado – Campo Santo Parque das Flores – percebendo novas possibilidades, decidiu lançar mais um empreendimento, no bairro do Benedito Bentes, nos mesmos moldes do Parque das flores, mas voltado para os públicos das classes C e D: Memorial Parque Maceió. Neste cenário, solicitava uma campanha promocional de lançamento que expusesse o novo produto e motivasse a aquisição de suas áreas.

A) PROBLEMAS ENFRENTADOS
Com 26 anos de existência, o cemitério Parque das Flores, já tem consolidada sua existência no mercado. Com grande parte de suas áreas vendidas, o empreendimento, tem clientes conscientes da sua importância social, principalmente nas classes A e B de Maceió.
O que para muitos seria suficiente para referendar o empreendimento, na verdade se mostrou um obstáculo para nossa estratégia pois os consumidores (de classe C e D) percebiam o produto como algo inacessível visto que o Parque das Flores construiu sua imagem de produto de alto valor.
Até o momento Maceió não contava com este tipo de produto voltado para as classes C e D, assim não havia deste público a cultura de compra antecipada de jazigos.

DESAFIO:
Como despertar o interesse do consumidor e vender áreas em um cemitério, um produto com imagem ligada à morte, sem ser agressivo ou desrespeitar o público alvo?
Como apresentar o produto como acessível preservando a marca e a referência de qualidade de um produto Premium?
Como instituir a cultura da compra antecipada de jazigos?

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 254

NOVA AGÊNCIA COMUNICAÇÃO

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação - Continuação

B) SOLUÇÕES E ESTRATÉGIAS ENCONTRADAS

A nossa proposta foi, respeitando o público alvo, "naturalizar" o produto e abordar o assunto de forma bem humorada em todas as mídias de massa através de situações simples e objetivas dando destaque ao baixo valor das prestações e o prazo de pagamento. Com mensagens como "Muito tempo para pagar para quem não tem pressa de usar" ou "Quem é vivo compra agora", as peças criaram personagens dentro do perfil de público, demonstrando expressões naturais quanto a aquisição do produto.

C) RESULTADOS ALCANÇADOS

A estratégia de gerar empatia para atrair atenção, comunicar de forma sugestiva o benefício e permitir a interação do público com a mensagem, foi amplamente percebida pela população. Imediatamente as peças caíram no comentário popular, pela forma leve e bem humorada como apresentaram o produto.

A criatividade do material foi reconhecida e o filme da campanha recebeu 4 prêmios publicitários: Prêmio Gazeta de publicidade - Melhor filme de varejo / Prêmio Guerreiros da Criação - Melhor filme de Varejo / Ouro no Prêmio Colunistas Norte-Nordeste / Vencedor do Prêmio Profissionais do Ano da Rede Globo - Categoria Mercado Norte e Nordeste.

Comercialmente a campanha também se mostrou um sucesso.

O cliente que havia feito uma projeção de venda de 60 jazigos no primeiro mês foi surpreendido com o retorno da comunicação e atingiu o número de 170 vendas nos primeiros trinta dias de campanha. No segundo mês, apenas com a sustentação da campanha o número de jazigos vendidos chegou a 150, chegando a 600 jazigos comercializados em três meses de lançamento.

Até o mês de Junho de 2011, haviam sido comercializadas 1200 áreas ainda sob influência da comunicação desenvolvida para o lançamento do empreendimento.

O maior histórico de vendas nos 26 anos do Grupo Parque das Flores.

Claudio Bentes
Diretor de Administrativo Financeiro/ Grupo Parque das Flores
Contato 3338 9844

PARQUE DAS FLORES ADM.
Cláudio Gonzaga Bentes
Diretor

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 255

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Comissão Permanente de Licitação
Concorrência nº 001/2014
Invólucro nº 3
Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação - exemplo de peças

Cliente: Grupo Parque das Flores / Campanha: Memorial Parque Maceió
Peça: Vt 30 segundos

Áudio

Trilha - Dramática
Loc. Off. Masc.

Meu nome é Pedro e desde o enterro do meu tio...

...eu sinto um puxão no pé...

No início era bem devagar...

Mas tem aumentando...

...E já vem me trazendo problemas

Eu não sei o que fazer pra acabar com isso

Repertório - Filme para TV - PEÇA ANEXA EM CD

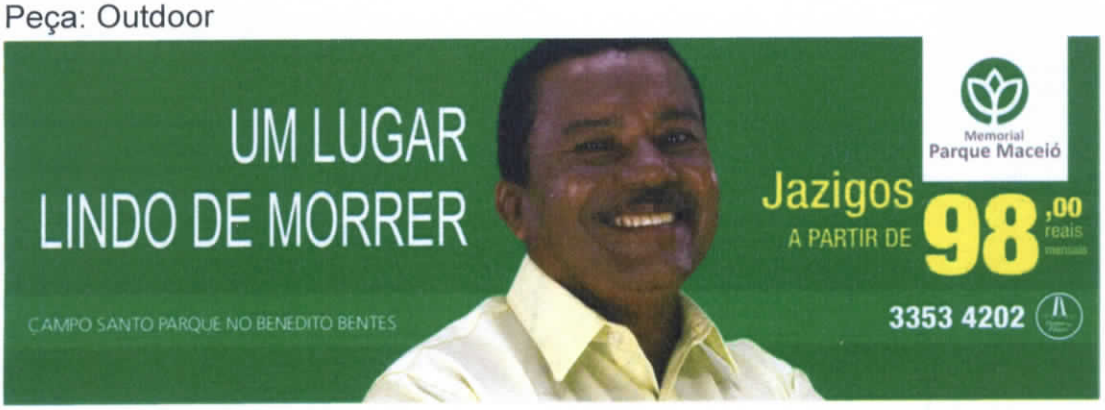
EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Comissão Permanente de Licitação
Concorrência nº 001/2014
Invólucro nº 3
Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 256

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação - exemplo de peças

Cliente: Grupo Parque das Flores / Campanha: Memorial Parque Maceió
Peça: Outdoor



CÂMARA MUNICIPAL DE MACEIÓ
EDITAL DE LICITAÇÃO - CONCORRÊNCIA Nº 002/2011
INVÓLUCRO 3

10.6 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação - exemplo de peças

Cliente: Grupo Parque das Flores / Campanha: Memorial Parque Maceió
Peça: Busdoor

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 257

NOVA AGÊNCIA COMUNICAÇÃO

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação - Exemplos de peças

Cliente: Governo do Estado de Alagoas
Campanha: Disque Denúncia
Peça: SPOT DE RÁDIO 30"
Produção: Fevereiro/2012
Veiculação: Março /2012

ALAGOAS TEM MAIS UMA ARMA NO COMBATE À VIOLÊNCIA.

DISQUE DENÚNCIA 181

O CIDADÃO PODE E DEVE AJUDAR.
SE VOCÊ TEM CONHECIMENTO DE UM CRIME OU INFORMAÇÃO SOBRE ALGUM CRIMINOSO, FAÇA A SUA PARTE. LIGUE 181 E DENUNCIE.

A LIGAÇÃO É GRATUITA
SUA IDENTIDADE SERÁ PRESERVADA
E A INFORMAÇÃO SERÁ INVESTIGADA

DISQUE DENÚNCIA 181

ASSINA
GOVERNO DE ALAGOAS
GENTE QUE FAZ PELA GENTE

Repertório - Filme para TV - PEÇA ANEXA EM CD

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 258

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação - Continuação

Anunciante: Governo do Estado de Alagoas
Período de Veiculação: Março – Abril - Maio / 2012
Sinopse: O Estado de Alagoas percebendo o aumento da violência implantou diversas ações de combate ao crime. Além das tradicionais estratégias como: patrulhamento ostensivo, aquisição de novos equipamentos e inteligência, medidas outras foram tomadas com intenção de mobilizar e conscientizar a população sobre a sua importância e força no combate a violência.
A polícia Comunitária e a inclusão de números de telefone celular com as equipes de patrulhamento dos bairros, que poderiam ser acionados pelos comerciantes a qualquer momento sem necessitar uma ligação para o 190 foram algumas destas ações.
Faltava um mecanismo que permitisse um canal de denúncias direto, que fosse unificado entre as polícias civil e militar, e que gerasse credibilidade e confiança da população.

Defesa do Planejamento:
É mais do que comprovado que as questões de segurança pública não se resolvem apenas ações policiais. Mais homens nas ruas, mais viaturas e armas, não são os principais aspectos do combate ao crime. A participação da sociedade é um fator comprovadamente fundamental na redução dos índices de violência.
Neste espectro, o Disque Denúncia se mostra uma arma eficaz de auxílio na resolução de casos e na captura de criminosos.
O Governo já contava com serviço do disque denúncia, mas cada força policial (militar e civil) detinha um número próprio, com serviço de ligação paga e de numeração longa, o que confundia a população, impedia a lembrança imediata do número.
Público Alvo:
Homens e Mulheres / 14 a 75 anos
Praça de Veiculação: Estado de Alagoas
Período de Veiculação: Março – Abril - Maio / 2012
Problema a ser resolvido:
Embora contasse com o serviço de denúncias pelo telefone a Secretaria de Defesa social tinha números muito baixos de ligações.
O fato de não haver um número único, de fácil memorização e com ligação gratuita afastava a população.
Outro fator relevante era a falta de confiança no serviço principalmente nas regiões mais violentas da cidade. A cultura do medo destas regiões e a pouca percepção da sua importância fazia com que a população não encontrasse segurança para denunciar. Era preciso mudar este quadro urgentemente.

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 259

NOVA AGÊNCIA COMUNICAÇÃO

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Comissão Permanente de Licitação
Concorrência nº 001/2014
Invólucro nº 3
Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação - Continuação

Objetivo:
• Divulgar e massificar o novo número do Dique denúncia 181 com ligação gratuita e garantia do anonimato do denunciante.
• Credibilizar o serviço do Disque denúncia junto à população, colocando-o a disposição como uma arma do cidadão contra a violência.
• Incentivar a adoção da denúncia anônima como uma atitude segura e importante para um cidadão de bem.

Estratégia:
A Nova Agência desenvolveu uma campanha publicitária completa(online e off line / Mídia e Não Mídia) em veículos de massa e em pontos estratégicos do Estado, composta de Tv, rádio, outdoor, Back Bus, cartaz, panfleto, banner de Internet, anúncios de Jornal e Revista. A estética deveria ter alto impacto visual, mensagem objetiva e de fácil reconhecimento, pois lidaríamos com públicos de aspectos sociais diversos.

Resultado:
No primeiro mês de campanha o número de ligações superou em 200% a média do ano anterior. Foram mais de 1000 ligações nos três meses de campanha e um recorde de foragidos da justiça capturados a partir das ligações.
A população passou a utilizar o serviço para denunciar além da localização de criminosos, situações de violência que antes eram ignoradas por elas, como pontos de tráfico e casos de violência doméstica.
Casos importantes foram esclarecidos a partir das denúncias feitas pelo novo número.

Conclusão:
A campanha teve reconhecimento e retorno imediato da população, batendo recordes de denúncias e contribuindo de forma inédita com o sucesso de um serviço que já existia há vários anos.
Mesmo com a saída da campanha do ar, o número de denúncias manteve-se muito acima do que normalmente a Secretaria de Defesa Social recebia antes da campanha.
Não há precedentes para alcance da campanha visto que, inciou-se uma quebra de paradigma da relação entre população e poder público, onde o cidadão não se via como parte da solução do problema da segurança pública e agora sabe que tem suas armas contra violência.

Cel Dário Cesar Cavalcante
Secretário de Estado da Defesa Social de Alagoas

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 260

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Comissão Permanente de Licitação
Concorrência nº 001/2014
Invólucro nº 3
Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de
Soluções de Problemas de Comunicação

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação - Exemplos de peças

Cliente: Governo do Estado de Alagoas
Campanha: Disque Denúncia
Peça: Filme para TV 30"
Produção: Agosto/2012
Veiculação: Setembro /2012

VÍDEO
Imagem noturna de um conjunto residencial.
Em uma casa acontece um suposto conflito

Telefones ligam e movem-se em efeito stop motion

Silueta de um homem passando pela janela em cena de conflito

Homem tenta fugir da residência e se depara com vários aparelhos na porta da casa
O homem se assusta com os telefones posicionados em frente à residência,

Telefone disca 181
Homem recua e olha pela janela.
É fotografado por um celular.
Homem acuado

LETTERING
O cidadão também tem suas armas contra o crime.
Disque denúncia 181

Assina
Governo de Alagoas
Gente que faz pela gente

Repertório - Filme para TV - PEÇA ANEXA EM CD

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Comissão Permanente de Licitação
Concorrência nº 001/2014
Invólucro nº 3
Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 261

NOVA AGÊNCIA COMUNICAÇÃO

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação - Exemplos de peças

Cliente: Governo do Estado de Alagoas
Campanha: Disque Denúncia
Peça: Anúncio Jornal
Produção: Agosto/2012
Veiculação: Setembro /2012

EM BRANC

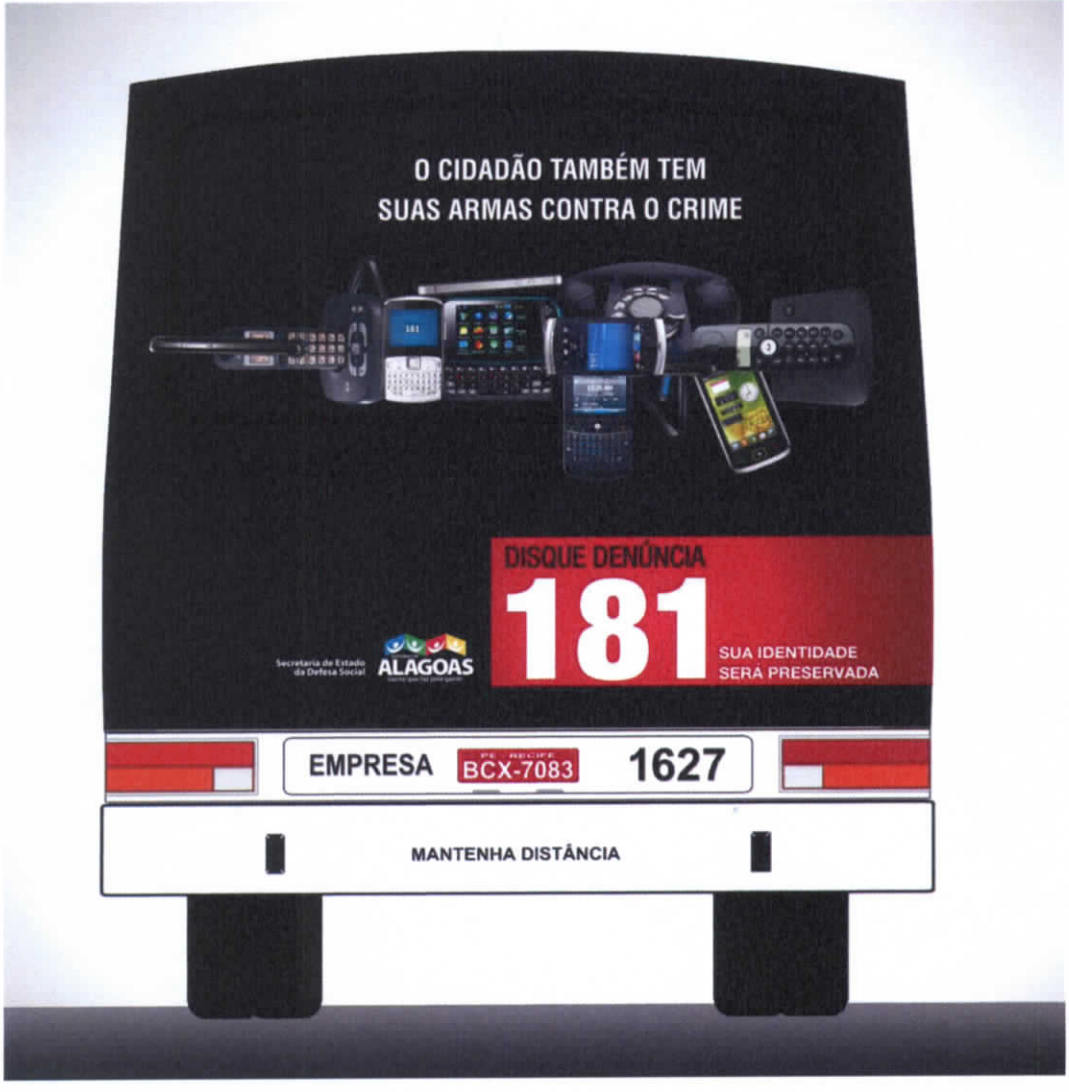
Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Comissão Permanente de Licitação
Concorrência nº 001/2014
Invólucro nº 3
Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Fls. 262

NOVA AGÊNCIA COMUNICAÇÃO

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação - Exemplos de peças

Cliente: Governo do Estado de Alagoas
Campanha: Disque Denúncia
Peça:backbus
Produção: Agosto/2012
Veiculação: Setembro/2012



EM BRANC

263

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Comissão Permanente de Licitação
Concorrência nº 001/2014
Invólucro nº 3
Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Equipe Técnica mínima necessária

Alan Arnaud - Estudo e Planejamento
Fábio Rocha - Criação
Luciano Amancio - Criação
Rosália - Produção Gráfica
Erika - Mídia
Jair Rogério - Atendimento
Josuel Sandro - Produção de RTV

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 2631
Visto

Jair Rogério de Lima
Diretor

Maceió, 26/05/14

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Fls. 264

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 2641
Visto

NOVA
AGÊNCIA COMUNICAÇÃO

Prefeitura Municipal de Rio de Mato/AL
Fls. 265

EM BRANCO

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls.

NOVA
AGÊNCIA COMUNICAÇÃO

NOVA
AGÊNCIA COMUNICAÇÃO

INVÓLUCRO Nº 3

PROPOSTA TÉCNICA

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

PREFEITURA MUNICIPAL DE BOCA DA MATA
CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

NOVAGENCIA COMUNICAÇÃO - CNPJ 04.668.053/0001-36

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 266v
Visto

PROCESSO Nº **1018-019/2013**
INTRESSADO: **Secretaria Municipal de Administração**
ASSUNTO: **Contratação de agência de publicidade**

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 267

ATA DE SESSÃO PÚBLICA

Aos 27 (vinte e sete) dias do mês de maio do ano de 2014 (dois mil e catorze), às 10:00hs (dez horas), na sede da Comissão Permanente de Licitação, localizada na Rua Ladislau Coimbra, nº 102, Centro, Boca da Mata/AL, reuniu-se a Comissão Permanente de Licitações, constituída por ato do Exmo. Sr. Prefeito, composta pelos servidores Bergson Araújo Leite (Presidente), Adna Antunes de Almeida (Membro) e Rosana de Melo da Silva (Membro), para proceder o julgamento da licitação na modalidade Concorrência nº 001/2014, do Tipo TÉCNICA E PREÇO, tendo como objeto a contratação de Agência de Publicidade para prestação de serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas com o fim específico de divulgar as ações da Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL. Compareceram na sala da Comissão Permanente de Licitações e credenciaram-se ao certame as seguintes empresas:

1. **NOVAGÊNCIA PROPAGANDA LTDA ME**, CNPJ nº 04.668.053/0001-36, representada pelo Sr. Jair Rogério de Lima, inscrito no CPF nº 468.909.804-25, sediada à Rua Doutor Antônio Cansanção, nº 588, Ponta Verde, Maceió, Alagoas, CEP 57.035-190, e-mail jair@novagenciacomunicacao.com.br, telefone (82) 9924-2705;

2. **CLORUS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA ME**, CNPJ nº 10.711.572/0001-32, representada pelo Sr. Warney de Carvalho Lima, inscrito no CPF nº 042.389.484-67, sediada à Avenida Mendonça Junior, nº 1162, Sala 02, Gruta de Lourdes, Maceió, Alagoas, CEP 57.052-480, e-mail financeiro@clorus.com, telefone (82) 9341-5830;

Foram recolhidos os invólucros Nºs "01" (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada), "02" (Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada), "03" (Proposta Técnica) e "04" (Proposta de Preços). Foi dado início a sessão, sendo solicitado a rubrica nos fechos dos invólucros 02 e 04, sendo os mesmos reservados. Em seguida foi solicitada a rubrica e exame dos invólucros 01 e 03, sendo os mesmos abertos e os documentos rubricados e examinados pela Comissão Permanente de Licitação e pelos licitantes presentes.

Questionados os licitantes se os mesmos gostariam de se pronunciar em ata, os mesmos afirmaram que não teriam nada a se pronunciar.

Dando continuidade e seguindo os trâmites disciplinados em edital, o Presidente da Comissão Permanente de Licitação informou que a sessão estava suspensa para encaminhamento dos documentos referentes aos invólucros Nºs "01" e "03" à Subcomissão Técnica para análise e elaboração de ata.

Foi informado aos licitantes que a continuidade do certame será remarcada através de aviso publicado no Diário Oficial do Estado de Alagoas, sendo o mesmo encaminhado aos licitantes através dos e-mails informados.

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata Fls. 268

Diante do exposto, nada mais havendo a declarar, o Presidente lavrou a presente ata, a qual segue assinada pela CPL e Licitantes presentes.

Deu-se por encerrada a sessão, às 10:54hs (dez horas e cinquenta e quatro minutos) do dia 27 (vinte e sete) do mês de maio do ano de 2014 (dois mil e catorze).

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO:

Bergson Araújo Leite
Presidente

Adna Antunes de Almeida
Membro

Rosana de Melo da Silva
Membro

LICITANTES:

NOVAGÊNCIA PROPAGANDA LTDA ME
Jair Rogério de Lima

CLORUS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA ME
Warney de Carvalho Lima

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 269

PROCESSO Nº **1018-019/2013**
INTRESSADO: **Secretaria Municipal de Administração**
ASSUNTO: **Contratação de agência de publicidade**

ENCAMINHAMENTO DOS INVÓLUCROS Nº 01 E 03

A Comissão Permanente de Licitação faz cumprir a determinação prevista no art. 11, §4, II, da Lei nº 12.232/2010, no que se refere ao encaminhamento dos invólucros nº 01 e 03 das licitantes que se apresentaram no dia 27 de maio de 2014 para participarem da licitação Concorrência nº 001/2014 cujo objeto é a contratação de empresa especializada na prestação de serviços de publicidade.

Assim sendo, seguem os citados invólucros à Subcomissão Técnica, designada através de sorteio público com o resultado publicado no Diário Oficial do Estado de Alagoas, para análise individualizada e julgamento das propostas técnicas presentes nos invólucros nº 01 e 03, elaborando ata de julgamento.

CPL, em 28 de maio de 2013.

Bergson Araújo Leite
Presidente

EM BRANC

ATA DE ANÁLISE E JULGAMENTO – INVÓLUCROS Nº 01 E 03
PROCESSO Nº 1018-019/2013 – CONCORRÊNCIA Nº 001/2014
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 220

ATA DE SESSÃO PÚBLICA

Às dez horas do dia trinta de maio de dois mil e catorze, na Sala de Reuniões da Prefeitura Municipal de Boca da Mata, reuniram-se os membros da Subcomissão Técnica, Srs. Murilo de Araújo Silva, Daniel Araújo Macedo e Margareth Cortez da Costa, nomeados através do sorteio realizado no dia 14 de fevereiro de 2014, conforme resultado publicado no Diário Oficial do Estado de Alagoas no dia 18 de março de 2014, para juntos procederem ao julgamento dos invólucros Nºˢ "01" (Proposta Técnica - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada) e "03" (Proposta Técnica – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) da Concorrência em epígrafe, tendo por objeto a contratação de agência de publicidade. A Subcomissão Técnica iniciou a sessão constando com duas empresas participantes da licitação. Dando continuidade ao certame, a Subcomissão procedeu a análise técnica individual por cada membro, referente aos invólucros nº 01 e 03, conforme documento que segue em anexo.
Realizada tal análise restou o seguinte resultado:

Invólucro nº 03
Proponente: CLORUS COMUNICAÇÃO

QUESITO	ST 01 (Daniel Araújo Macedo)	ST 02 (Margareth Cortez da Costa)	ST 03 (Murilo de Araújo Silva)	MÉDIA
Capacidade de Atendimento	13,5	13	14	13,5
Repertório	9	9,5	9	9,2
Relatos de Soluções de Problema de Comunicação	9	10	9	9,3
Nota Final				**32,00**

Invólucro nº 03
Proponente: NOVAGÊNCIA

QUESITO	ST 01 (Daniel Araújo Macedo)	ST 02 (Margareth Cortez da Costa)	ST 03 (Murilo de Araújo Silva)	MÉDIA
Capacidade de Atendimento	14,5	13,5	15	14,3
Repertório	8,5	8	9	8,5
Relatos de Soluções de Problema de Comunicação	9	9,5	10	9,5
Nota Final				**32,3**

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 271

Invólucro nº 01
Título: Com o IPTU em dia, você ganha mais.

QUESITO	ST 01 (Daniel Araújo Macedo)	ST 02 (Margareth Cortez da Costa)	ST 03 (Murilo de Araújo Silva)	MÉDIA
Raciocínio Básico	4,5	5	4,5	4,7
Estratégia de Comunicação Publicitária	18	17	19	18,0
Ideia Criativa	23	22,5	21,5	22,3
Estratégia de Mídia e Não-Mídia	12	12,5	11	11,8
Nota Final				**56,8**

Invólucro nº 01
Título: O futuro de Boca da Mata está em suas mãos.

QUESITO	ST 01 (Daniel Araújo Macedo)	ST 02 (Margareth Cortez da Costa)	ST 03 (Murilo de Araújo Silva)	MÉDIA
Raciocínio Básico	3,5	3	3	3,2
Estratégia de Comunicação Publicitária	17	16	16,5	16,5
Ideia Criativa	21	21,5	22	21,5
Estratégia de Mídia e Não-Mídia	8	8,5	7,5	8,0
Nota Final				**49,2**

A presente Ata, os documentos analisados e os envelopes ficam encaminhados à Comissão Permanente de Licitação para prosseguimento do processo. Nada mais a constar, segue a presente assinada pelos membros da Subcomissão.

Murilo de Araújo Silva
Subcomissão Técnica

Daniel Araújo Macedo
Subcomissão Técnica

Margareth Cortez da Costa
Subcomissão Técnica

EM BRANC

AVALIAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNCAS

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

Daniel Araújo Macedo **Agencia:** Clorus Comunicação

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
13,5	Estrutura menor e com menos funcionários.

REPERTÓRIO	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
9	O repertório apresentado conta com peças bastante criativas. Poderiam ter detalhado melhor os problemas que tentaram resolver.

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
9	Cases com ações e resultados bem detalhados.

Daniel Araújo Macedo

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Fls. 272

EM BRANC

AVALIAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNCAS

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

Margareth Cortez da Costa **Agencia:** Clorus Comunicação

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
13	Licitante com menor quadro de funcionários e estrutura geral. Por outro lado, não especificou tão bem sua a sistemática de atendimento.

REPERTÓRIO	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
9,5	O repertório da licitante tem bom conteúdo criativo.

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
10	Os relatos de soluções apresentaram resultados relevantes.

Margareth Cortez

Margareth Cortez da Costa

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 273

EM BRANC

AVALIAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNCAS

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

Murilo de Araújo Silva **Agencia:** Clorus Comunicação

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
14	Menor número de profissionais com nível superior.

REPERTÓRIO	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
9	A licitante apresentou um repertório que demonstra sua capacidade técnica na execução de seus serviços.

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
9	A licitante apresentou ações inteligentes e bem planejadas para resolver os problemas relatados.

Murilo de Araújo Silva

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 244

EM BRANC

AVALIAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNCAS

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

Daniel Araújo Macedo **Agencia:** Novagência

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
14,5	A licitante atendeu as exigências de forma satisfatória.

REPERTÓRIO	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
8,5	Apresenta repertório variado e com conteúdo satisfatório.

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
9	Ótimo cases, com resultados positivos.

Daniel Araújo Macedo

Prefeitura Municipal de Boca da Mata
Fls. 215
TV/EFFT

EM BRANC

AVALIAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNCAS

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

Margareth Cortez da Costa **Agencia:** Novagência

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
13,5	Todos os pontos atendidos e estrutura compatível com o cliente.

REPERTÓRIO	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
8	O repertório da licitante apresenta peças criativas e de bom gosto.

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
9,5	Relatos de soluções bem apresentados.

Margareth Cortez

Margareth Cortez da Costa

Prefeitura Mun... Fls. 216

EM BRANC

AVALIAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNCAS

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

Murilo de Araújo Silva **Agencia:** Novagência

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
15	A licitante apresenta boa estrutura física e equipe qualificada.

REPERTÓRIO	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
9	A licitante demonstrou ótima capacidade técnica através das peças apresentadas.

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
10	A licitante apresentou relatos com estratégias que alcançaram resultados vencedores.

Murilo de Araújo Silva

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 212

EM BRANC

PROPOSTA NAO INDENTIFICADA

Titulo: Com o IPTU em dia, você ganha mais.

Membro: Daniel Araújo Macedo

RACIOCÍNIO BÁSICO	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
4,5	A licitante demonstrou boa compreensão sobre o município de Boca da Mata, apresentando grande compreensão do briefing.

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
18	A estratégia adotada pela licitante foi bem construída do ponto de vista de agregar valor à gestão municipal. Porém, acredito que boa parte da população não seria convencida pelo argumento.

IDEIA CRIATIVA	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
23	A ideia criativa se mostra adequada e capaz de apresentar diversos pontos positivos do uso dos recursos do IPTU.

ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO-MÍDIA	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
12	A licitante demonstrou conhecimento sobre os hábitos de consumo de comunicação e ótima capacidade analítica no embasamento de sua estratégia

Daniel Araújo Macedo

Daniel Araújo Macedo

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 24

EM BRANC

PROPOSTA NAO INDENTIFICADA

Titulo: Com o IPTU em dia, você ganha mais.

Membro: Margareth Cortez da Costa

RACIOCÍNIO BÁSICO	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
5	A licitante demonstrou seu conhecimento sobre o objeto da licitação de forma satisfatória e abrangente.

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
17	A defesa da estratégia de comunicação apresentada possui boa consistência lógica e argumentação. Considero que o tema e conceito de mostrar os benefícios do imposto tem grande força, apesar de não ser tão simples e direto.

IDEIA CRIATIVA	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
22,5	A licitante apresentou mais desdobramentos em suas peças, mas deu pouco destaque ao sorteio do carro 0km, o que figura como ponto negativo.

ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO-MÍDIA	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
12,5	A estratégia de mídia e não-mídia apresentada possui abrangência satisfatória.

Margareth Cortez da Costa

Prefeitura Municipal
Fls. 216

EM BRANC

PROPOSTA NAO INDENTIFICADA

Título: Com o IPTU em dia, você ganha mais.

Membro: Murilo de Araújo Silva

RACIOCÍNIO BÁSICO	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
4,5	A licitante apresentou grande conhecimento sobre o município, além de domínio sobre o tema proposto para a campanha

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
19	A licitante foi feliz ao observar a importância do analfabetismo em termos de comunicação.

IDEIA CRIATIVA	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
21,5	A licitante demonstra bom conhecimento das necessidades de imagem de uma gestão pública, dando foco a educação, saúde e obras. Apesar dessas qualidades, não acredito no argumento de geração de empregos através do pagamento do imposto em questão.

ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO-MÍDIA	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
11	A licitante não prezou pela economicidade no uso dos recursos de comunicação próprios do município, mas definiu seu público-alvo demonstrando conhecimento satisfatório.

Murilo de Araújo Silva

Prefeitura Municipal da Mata/AL
Fls. 80

EM BRANC

PROPOSTA NAO INDENTIFICADA

Titulo: O futuro de boca da mata está em suas mãos.

Membro: Daniel Araújo Macedo

RACIOCÍNIO BÁSICO	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
3,5	A licitante apresentou informações gerais satisfatórias sobre a situação política atual e a importância da comunicação neste cenário, mas não demonstrou compreensão e conhecimento sobre as problemáticas específicas do briefing.
ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
17	O conceito proposto não apresenta pertinência com a argumentação apresentada pela licitante, ao passo que coloca a responsabilidade do futuro de Boca da Mata sobre uma população que a própria licitante afirma estar insatisfeita.
IDEIA CRIATIVA	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
21	A ideia criativa se mostra adequada e visualmente agradável, mas não condiz com sua argumentação de passa transparência e competência da atual gestão.
ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO-MÍDIA	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
8	O plano de mídia, no geral, condiz com a estratégia de comunicação apresentada, com ótimas escolhas na distribuição da verba da campanha. Porém, a licitante não apresentou veiculação de peça para jornal como solicitado.

Daniel Araújo Macedo

Daniel Araújo Macedo

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls.

EM BRANC

PROPOSTA NAO INDENTIFICADA

Titulo: O futuro de boca da mata está em suas mãos.

Membro: Margareth Cortez da Costa

RACIOCÍNIO BÁSICO	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
3	Na minha opinião, a licitante concentrou sua defesa de raciocínio básico nas necessidades gerais de comunicação de qualquer Prefeitura, não demonstrando seu conhecimento do município de Boca da Mata.
ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
16	A defesa da estratégia de comunicação apresentada possui boa consistência lógica. Porém, a utilização do carnê é um lembrete do imposto enquanto gasto, não sendo um ponto positivo.
IDEIA CRIATIVA	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
21,5	A ideia criativa da licitante apresenta pouca originalidade. Acho que a mesma não seria capaz de atingir os objetivos explicitos no briefing e de alcançar os resultados desejados de forma satisfatória.
ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO-MÍDIA	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
8,5	A licitante não incluiu nos custos da campanha o valor do carro a ser sorteado.

Margareth Cortez da Costa

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 282

EM BRANC

PROPOSTA NAO INDENTIFICADA

Titulo: O futuro de boca da mata está em suas mãos.

Membro: Murilo de Araújo Silva

RACIOCÍNIO BÁSICO	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
3	A licitante não apresentou necessidades de comunicação para enfrentar o desafio apresentado no briefing.
ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
16,5	A licitante focou sua mensagem em demandar o pagamento do imposto, não demonstrando de forma clara e visual quais os benefícios que a população recebe, ou seja, a contrapartida da Prefeitura de Boca da Mata.
IDEIA CRIATIVA	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
22	A campanha apresentada é simples e direta, dando foco ao sorteio do carro 0km para chamar a atenção das pessoas.
ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO-MÍDIA	
NOTA	**JUSTIFICATICA**
7,5	A licitante inseriu em seu planejamento de mídia o meio "revista", não solicitado no briefing,

Murilo de Araújo Silva

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 253

EM BRANC

Prefeitura Municipal
Fls. 284

Diário Oficial

Maceio - Quarta-feira
4 de Junho de 2014
Edição Eletrônica Certificada Digitalmente conforme LEI Nº 7.397/2012

Estado de Alagoas
Unidade Federativa do Brasil

Ano 102 - Número 106

Diário dos Municípios

Prefeitura de Água Branca

PREFEITURA MUNICIPAL DE AGUA BRANCA-AL
HOMOLOGAÇÃO

Referência: Pregão Presencial nº 03/2014
Objeto: Contratação de empresa especializada para o fornecimento de gêneros alimentícios destinados as Secretarias do Município de Água Branca- AL.

Com base nas informações constantes do presente Processo Licitatório, homologo o presente procedimento licitatório, em favor da licitante à empresa SR DISTRIBUIDORA SERVIÇOS E COMERCIO LTDA ME, CNPJ Nº 15.722.013/0001-41, totalizando o valor global de R$ 875.586,66 (oitocentos e setenta e cinco mil, quinhentos e oitenta e seis reais e sessenta e seis centavos)

Água Branca, 25 de março de 2014.
Albani Sandes Gomes
Prefeita

EXTRATO DE REGISTRO DE PREÇO
PREGÃO PRESENCIAL N º03/14

Objeto: Contratação de empresa especializada para o fornecimento de gêneros alimentícios destinados as Secretarias do Município de Água Branca- AL
Contratante: Prefeitura municipal de Água Branca – AL
Detentora: SR DISTRIBUIDORA SERVIÇOS E COMERCIO LTDA ME, CNPJ Nº 15.722.013/0001-41.
Vigência: 25/03/2014 a 25/03/2015. Item, quantidade e preço unitário registrado disponíveis na integra na sede do município a Rua Conego Nicodemos n 17, centro, Água Branca- AL Fundamentação legal: Lei 10.520/02 e subsidiariamente a Lei 8.666/93, celebrado em: 25/03/2014. Ordenador de Despesa: Albani Sandes Gomes.

Prefeitura de Arapiraca

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARAPIRACA
AVISO DE LICITAÇÃO
PREGÃO ELETRÔNICO Nº 029/2014

OBJETO:AQUISIÇÃO DO MATERIAL MÉDICO COBERTURAS PARA UTILIZAR NAS LESÕES TEGUMENTARES DO AMBULATÓRIO DE FERIDAS E PÉ DIABÉTICO DE ARAPIRACA – A.F.E.P.D.A.
ABERTURA: 18 de Junho de 2014, às 09h (horário de Brasília) abertura das propostas, 09:30min (horário de Brasília) início da etapa de lance, através site www.licitacoes-e.com.br.
INFORMAÇÕES: informações disponíveis na sala da CPL- Compras e Serviços Comuns, com sede na Escola de Governo Prefeita Célia Rocha, situado na Rua José Jailson Nunes, S/N, Santa Edwiges, das 8:00 às 14:00 horas, pelo telefone:(82)3521-1282/91171382 ou através do site www.arapiraca.al.gov.br.

Arapiraca, 03 de Junho de 2014
Givaldo Inácio dos Santos
Pregoeiro

Prefeitura de Batalha

EXTRATO DE CONTRATO

O Municipal de Batalha, Estado de Alagoas toma público, em cumprimento aos preceitos contidos na Lei nº 8.666/93, efetuou o contrato com a empresa, MARIA ELIANE FÉLIX FERREIRA ME, CNPJ nº 03.030.914/0001-93, vencedora dos Lotes I e II conforme proposta de preço ofertada na ordem de R$ 74.686,00 (setenta e quatro mil, e seiscentos e oitenta e seis reais). Batalha/AL, 30 de maio de 2014. Carta Convite nº 001/2014. Batalha/AL, 02 junho de 2014.

ADJUDICAÇÃO E HOMOLGAÇÃO

O PREFEITO MUNICIPAL DE BATALHA/AL, no uso de suas atribuições legais, e em cumprimento ao art. 43, inciso VI da Lei Federal Nº 8.666/93, resolve HOMOLOGAR o Certame Licitatório modalidade Carta Convite sob o nº 001/2014, considerando, com base nas informações aduzidas nos autos, sua plena regularidade. Ato continuo ADJUDICO o objeto da presente licitação a empresa MARIA ELIANE FÉLIX FERREIRA ME, CNPJ nº 03.030.914/0001-93, Valor Global: R$ 74.686,00 (setenta e quatro mil, e seiscentos e oitenta e seis reais). Batalha/AL, 30 de maio de 2014.

HOMOLOGAÇÃO

O PREFEITO MUNICIPAL DE BATALHA/AL, no uso de suas atribuições legais, e em cumprimento ao art. 43, inciso VI da Lei Federal Nº 8.666/93, resolve HOMOLOGAR o Certame Licitatório modalidade Pregão Presencial SRP sob o nº 007/2014, considerando, com base nas informações aduzidas nos autos, sua plena regularidade. A vencedora do objeto da presente licitação dos LOTES I, II, IV e VI foi a empresa CF CONFIANÇA DISTRIBUIDORA DE ALIMENTOS LTDA, CNPJ/MF Nº 03.602.654/0001-83, conforme proposta global de preços ofertada na ordem de R$ 319.829,92 (trezentos e dezenove mil, e oitocentos e vinte e nove reais e noventa e dois centavos); e a vencedora dos LOTES III e V foi a empresa MELO SUPERMERCADO LTDA EPP, CNPJ/MF Nº 09.290.721/0001-58, conforme proposta global de preços ofertada na ordem de R$ 450.818,84 (quatrocentos e cinqüenta mil, e oitocentos e dezoito reais e oitenta e quatro centavos.

Batalha /AL, 22 de Maio de 2014
ALOÍSIO RODRIGUES DE MELO
Prefeito

EXTRATO DE ATA DE REGISTRO DE PREÇOS

Ata de Registro de Preços nº 011/2014 – Pregão Presencial SRP nº 007/2014. Fundamentação: Lei Federal nº 10.520/2002 e Lei Federal nº 8.666/93. Empresas Registradas: CF CONFIANÇA DISTRIBUIDORA DE ALIMENTOS LTDA, inscrita no CNPJ/MF Nº 03.602.654/0001-83 para os LOTES I, II, IV e VI; e MELO SUPERMERCADO LTDA EPP, inscrita no CNPJ/MF Nº 09.290.721/0001-58. Objeto: registro de preços de empresa especializada para, futura e eventual, fornecimento de combustíveis, lubrificantes e filtros automotivos, destinado ao Município de Batalha/AL. Valor global da ata: R$ 770.648,76 (setecentos e setenta mil, e seiscentos e quarenta e oito reais e setenta e seis centavos). Vigência: 12 (doze) meses. Batalha/AL, 30 de maio de 2014.

Prefeitura de Belo Monte

AVISO DE LICITAÇÃO
PREGÃO PRESENCIAL 016/2014 - SRP

OBJETO: Registro de Preços para AQUISIÇÃO DE EQUIPAMENTOS ELETRO-ELETRÔNICOS, visando atender as necessidades das diversas Secretarias Municipais. DATA, HORA E LOCAL: 18 de junho de 2014, às 10h00min. A licitação ocorrerá na sala de reuniões da Comissão de Licitações localizada na Rua do Comércio, nº 09, Centro, Belo Monte, onde poderá ser obtido o edital completo, no horário de 08h00min as 14h00min. Contato (82) 3532-0020/0009.

Belo Monte, 03 de junho de 2014
Rafael Lima da Cruz
Pregoeiro

Prefeitura de Boca da Mata

MUNICÍPIO DE BOCA DA MATA/AL
RETOMADA DE LICITAÇÃO
CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

A Comissão Permanente de Licitação informa que retomará a licitação Concorrência nº 001/2014, referente a contratação de agência de publicidade, no dia 06 de junho de 2014, às 09:00 hs, para realização da Segunda Sessão Pública, onde será divulgada a análise e julgamento dos invólucros nº 01 e 03 realizada pela Subcomissão Técnica. Local: Rua Ladislau Coimbra, nº 102, Centro – Edital e Informações: No endereço acima, de 09 às 13 horas em dias úteis, ou mediante solicitação enviada ao e-mail cplbocadamata.al@hotmail.com.

BERGSON ARAUJO LEITE
Presidente da CPL

EM BRANC

Imprimir Fechar

Retomada Licitação Concorrência nº 001/2014 Boca da Mata

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 215

De: **Comissão de Licitações Município de Boca da Mata-AL** (cplbocadamata.al@hotmail.com)
Enviada: quarta-feira, 4 de junho de 2014 16:39:38
Para: jair@novagenciacomunicacao.com.br (jair@novagenciacomunicacao.com.br); financeiro@clorus.com (financeiro@clorus.com)

1 anexo
22.1- DOE - Convocação Retomada de licitação.pdf (231,4 KB)

Prezados, bom dia,

conforme informado em ata de licitação da 1ª sessão, segue aviso publicado no Diário Oficial do Estado de Alagoas marcando a data para retomada da licitação, em anexo.
Por gentileza, confirmar o recebimento do mesmo.

ATT
Bergson Leite
Presidente CPL/Pregoeiro
Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL

EM BRANC

Imprimir Fechar

Re: Retomada Licitação Concorrência nº 001/2014 Boca da Mata

De: **jtcn2010@gmail.com** em nome de **JOAO TENORIO COSTA NETO TENORIO** (financeiro@clorus.com)
Enviada: quarta-feira, 4 de junho de 2014 16:47:27
Para: Comissão de Licitações Município de Boca da Mata-AL (cplbocadamata.al@hotmail.com)

Bom dia,

Recebido!

Em 4 de junho de 2014 10:39, Comissão de Licitações Município de Boca da Mata-AL <cplbocadamata.al@hotmail.com> escreveu:

> Prezados, bom dia,
>
> conforme informado em ata de licitação da 1ª sessão, segue aviso publicado no Diário Oficial do Estado de Alagoas marcando a data para retomada da licitação, em anexo.
> Por gentileza, confirmar o recebimento do mesmo.
>
> *ATT*
> *Bergson Leite*
> *Presidente CPL/Pregoeiro*
> *Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL*

--
João Tenório Costa Neto
Diretor Financeiro
Clorus Communication + Marketing | Maceió • Leeds • Miami
MCZ | Rua Comendador Palmeira, 258, Farol - Maceió - AL, CEP 57051-150
Fones: + 55 82 3035 2502 | + 55 82 3313 2503
MSN: financeiro@clorus.com | Web: www.clorus.com |

EM BRANC

Imprimir Fechar

Re: Retomada Licitação Concorrência nº 001/2014 Boca da Mata

De: **jair .** (jair@novagenciacomunicacao.com.br)
Enviada: quinta-feira, 5 de junho de 2014 15:16:46
Para: Comissão de Licitações Município de Boca da Mata-AL (cplbocadamata.al@hotmail.com)

Recebido. Ok

Jair Rogério

Em 04/06/2014, às 10:39, "Comissão de Licitações Município de Boca da Mata-AL" <cplbocadamata.al@hotmail.com> escreveu:

> Prezados, bom dia,
>
> conforme informado em ata de licitação da 1ª sessão, segue aviso publicado no Diário Oficial do Estado de Alagoas marcando a data para retomada da licitação, em anexo.
> Por gentileza, confirmar o recebimento do mesmo.
>
> *ATT*
> *Bergson Leite*
> *Presidente CPL/Pregoeiro*
> *Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL*
>
> <22.1- DOE - Convocação Retomada de licitação.pdf>

EM BRANC

Prefeitura Municipal de Boca da Mata/AL
Fls. 288

PROCESSO Nº: **1018-019/2014**
PROCEDIMENTO LICITATÓRIO: **CONCORRÊNCIA Nº 001/2014**
OBJETO: **Contratação de agência de publicidade**

TERMO DE ENCERRAMENTO DE VOLUME

O presente Termo, referente ao processo administrativo de nº 1018-019/2014, encerra os autos do **VOLUME I** na página nº _____.

CPL, em 06 de junho de 2014.

Bergson Araújo Leite
Presidente da CPL

EM BRANC