

EDITAL CONCORRÊNCIA
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 0031.2021.CPL.CC.0001.EMPETUR
EMPREITADA POR PREÇO UNITÁRIO
CONCORRÊNCIA Nº 0001

PREÂMBULO:

O Estado de Pernambuco, por intermédio da Empresa de Turismo de Pernambuco, através de sua Comissão de Licitação, designada pelo Exm^a Senhora Secretária de Administração através da Portaria SAD nº 2.094 de 16/11/2020 publicada no Diário Oficial do Estado de Pernambuco, edição do dia **17/11/2020**, torna público, para conhecimento dos interessados, que em atendimento ao CI nº 14/2021 – EMPETUR - Diretoria de Marketing – EMPETUR-DMK, e com a respectiva autorização do Vice-presidente da EMPETUR, realizará a licitação na modalidade ESPECIAL DAS ESTATAIS – Disputa Aberta – Concorrência, do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, sob o regime de **EXECUÇÃO INDIRETA POR PREÇO UNITÁRIO**, a ser realizado de acordo com o Regulamento de Compras da Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos S.A – EMPETUR, Lei Federal nº 13.303, de 30/06/2016, Lei Complementar nº 123 de 14/12/2006, Lei Estadual nº 12.525/2003 e Decreto Estadual nº 45.140/2017 e suas respectivas alterações, bem como à legislação correlata e demais exigências previstas neste Edital e seus Anexos, a realizar-se no local e horário a seguir:

DATA DE ENTREGA E ABERTURA DOS ENVELOPES: XX/XX/2021 às 10 horas e 00 minutos	
ENDEREÇO: Endereço: Centro de Convenções de Pernambuco, Av. Prof. Andrade Bezerra, S/N - Salgadinho, Olinda - PE, 53111-970	
Dados para contato	
Pregoeiro (a): Isabela Cunha de Figueirêdo Ottoni	e-mail: licitacao@empetur.pe.gov.br
Fone: (81) 3182-8188	
Referência de Tempo: Para todas as referências de tempo será obrigatoriamente o horário de Brasília – DF.	
<i>OBSERVAÇÃO: Na hipótese de não haver expediente na data fixada, ficará a sessão adiada para o primeiro dia útil subsequente, no mesmo site e hora, salvo as disposições em contrário.</i>	

1. DO OBJETO

1.1. A presente licitação tem como objeto a contratação de empresa especializada EM MARKETING PROMOCIONAL, para atendimento às demandas da Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos - EMPETUR, conforme especificações e demais elementos técnicos constantes no Termo de Referência e demais Anexos deste Edital.

CÓDIGO DO E-FISCO	DESCRIÇÃO DOS SERVIÇOS	QUANTIDADE	UNIDADE
522491-8	SERVIÇO DE GESTÃO EM COMUNICAÇÃO – Do tipo serviço de marketing promocional, incluindo produção, planejamento, organização, coordenação, viabilização de infraestrutura, apoio logístico, a nível nacional e internacional	01	ANO

1.2. Integram este Edital os seguintes anexos:

- a) Anexo I – Termo de Referência;
- b) Anexo II – Modelo de Proposta
- c) Anexo III -Minuta do Contrato;
- d) Anexo IV - Declaração de Enquadramento como Microempresa ou de Empresa de Pequeno Porte ou de Microempreendedor Individual;
- e) Anexo V - Declaração de cumprimento do inciso XXXII do artigo 7 da Constituição Federal;
- f) Anexo VI - Modelo de declaração de que cumpre plenamente os requisitos de habilitação;

2. DA PARTICIPAÇÃO NO CERTAME LICITATÓRIO

2.1. Poderão participar deste certame licitatório os interessados pertencentes ao ramo de atividade referente ao objeto da licitação, cujo objeto social seja compatível com o que se licita, conforme disposto nos respectivos atos constitutivos, e que comprovem possuir os requisitos mínimos de qualificação exigidos no Edital.

2.2. Estará impedida de participar de licitações e de ser contratada pela empresa pública ou sociedade de economia mista a empresa:

- a) Empresas reunidas em consórcio, ou agrupamento de pessoas físicas ou jurídicas, qualquer que seja sua forma de constituição;
- b) Cujo administrador ou sócio detentor de mais de 5% (cinco por cento) do capital social seja diretor ou empregado da empresa pública ou sociedade de economia mista contratante;
- c) Suspensa pela empresa pública ou sociedade de economia mista;
- d) Declarada inidônea pela União, por Estado, pelo Distrito Federal ou pela unidade federativa a que está vinculada a empresa pública ou sociedade de economia mista, enquanto perdurarem os efeitos da sanção;
- e) Constituída por sócio de empresa que estiver suspensa, impedida ou declarada inidônea;
- f) Cujo administrador seja sócio de empresa suspensa, impedida ou declarada inidônea;
- g) Constituída por sócio que tenha sido sócio ou administrador de empresa suspensa, impedida ou declarada inidônea, no período dos fatos que deram ensejo à sanção;
- h) Cujo administrador tenha sido sócio ou administrador de empresa suspensa, impedida ou declarada inidônea, no período dos fatos que deram ensejo à sanção;
- i) Que tiver, nos seus quadros de diretoria, pessoa que participou, em razão de vínculo de mesma natureza, de empresa declarada inidônea;

- j) Empresa cujo estatuto ou contrato social não seja pertinente e compatível com o objeto deste processo;
- k) Cooperativa de mão de obra, conforme art. 5º da Lei n.º 12.690, de 19 de julho de 2012.
- l) Pessoa jurídica ou física, incluído o sócio majoritário, proibida de contratar com o Poder Público por infração da Lei de Improbidade Administrativa, durante o prazo que apontar a decisão condenatória.
- m) Cujo proprietário, mesmo na condição de sócio, tenha terminado seu prazo de gestão ou rompido seu vínculo com a respectiva empresa pública ou sociedade de economia mista promotora da licitação ou contratante há menos de 6 (seis) meses.
- n) Empresas reunidas em consórcio;

2.3. Aplica-se a vedação prevista no subitem acima:

- a) À contratação do próprio empregado ou dirigente, como pessoa física, bem como à participação dele em procedimentos licitatórios, na condição de licitante;
- b) A quem tenha relação de parentesco, até o terceiro grau civil, com:
- c) Dirigente de empresa pública ou sociedade de economia mista;
- d) Empregado de empresa pública ou sociedade de economia mista cujas atribuições envolvam a atuação na área responsável pela licitação ou contratação;
- e) Autoridade do ente público a que a empresa pública ou sociedade de economia mista esteja vinculada.

3. **DA SUBCONTRATAÇÃO**

- 3.1. Não será admitida a subcontratação do objeto;

4. **DOS ENVELOPES DE DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO E DE PROPOSTA**

- 4.1. Os documentos relativos à habilitação e à proposta de preços deverão ser entregues separadamente, em envelopes lacrados, opacos e rubricados, com a identificação do licitante, contendo as seguintes identificações:

ENVELOPE A – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

EMPRESA DE TURISMO DE PERNAMBUCO GOVERNADOR EDUARDO CAMPOS – EMPETUR
PROCESSO LICITATÓRIO N° /2021
CONCORRÊNCIA PÚBLICA N° /2021
[Razão Social da empresa licitante e CNPJ] [Endereço e contatos – e-mails e telefones]

ENVELOPE B – PROJETO SIMULADO DE MARKETING PROMOCIONAL - APÓCRIFO EMPRESA

DE TURISMO DE PERNAMBUCO GOVERNADOR EDUARDO CAMPOS – EMPETUR
PROCESSO LICITATÓRIO N° /2021
CONCORRÊNCIA PÚBLICA N° /2021

ENVELOPE C – PROJETO SIMULADO DE MARKETING PROMOCIONAL - COTEJO

EMPRESA DE TURISMO DE PERNAMBUCO GOVERNADOR EDUARDO CAMPOS – EMPETUR
PROCESSO LICITATÓRIO N° /2021
CONCORRÊNCIA PÚBLICA N° /2021
[Razão Social da empresa licitante e CNPJ] [Endereço e contatos – e-mails e telefones]

ENVELOPE D – APRESENTAÇÃO TÉCNICA DA CONCORRENTE

EMPRESA DE TURISMO DE PERNAMBUCO GOVERNADOR EDUARDO CAMPOS – EMPETUR
PROCESSO LICITATÓRIO N° /2021
CONCORRÊNCIA PÚBLICA N° /2021
[Razão Social da empresa licitante e CNPJ] [Endereço e contatos – e-mails e telefones]

ENVELOPE E – PROPOSTA FINANCEIRA

EMPRESA DE TURISMO DE PERNAMBUCO GOVERNADOR EDUARDO CAMPOS – EMPETUR
PROCESSO LICITATÓRIO N° /2021
CONCORRÊNCIA PÚBLICA N° /2021
[Razão Social da empresa licitante e CNPJ] [Endereço e contatos – e-mails e telefones]

4.2. Os envelopes que não forem entregues nas condições acima estipuladas não serão aceitos como proposta.

5. DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO (ENVELOPE A)

5.1. Os documentos de habilitação poderão ser apresentados em original ou em cópia autenticada por cartório competente ou por servidor integrante da Comissão de Licitação.

5.1.1. A autenticação de cópias, para efeito de atendimento ao disposto no subitem 5.1, poderá ocorrer mediante a apresentação do documento original, 02 (duas) horas antes do dia da entrega e abertura dos envelopes, no local disposto no preâmbulo de Edital.

5.1.2. Em nenhuma hipótese, tais documentos poderão conter borrões, emendas, rasuras, entrelinhas ou o uso de corretivo.

5.2. Os documentos relativos à HABILITAÇÃO deverão ser entregues em 01 (uma) única via, da seguinte forma:

- a) A via única deverá ser encadernada, com capa e contracapa do volume em papel timbrado da empresa concorrente, devendo os documentos serem apresentados em original ou mediante fotocópias autenticadas em cartório, em invólucro fechado, denominado “ENVELOPE A”, conforme descrição detalhada no edital;
- b) Toda documentação apresentada deverá ser REDIGIDA EM PORTUGUÊS, idioma oficial da licitação;
- c) A documentação exigida será relativa à habilitação jurídica, à regularidade fiscal, à qualificação econômica e financeira, à qualificação técnica e demais exigências, conforme estabelecido em Edital;

5.3. A empresa que deixar de apresentar qualquer documentação de habilitação exigida no Edital será automaticamente inabilitada, não se admitindo, sob qualquer pretexto, a concessão de prazo para a complementação desses documentos, exceto os previstos na LC123;

5.4. Os documentos/certidões que não apresentarem prazo de validade serão considerados válidos por um período de 90 (noventa) dias de sua emissão, salvo previsão de prazo diverso em lei ou em norma infralegal, ficando o licitante responsável por juntar a respectiva comprovação.

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

5.5.1. Relativos à Habilitação Jurídica:

- a) Registro comercial, no caso de empresa individual; ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores; ou inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício;
- b) Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;
- c) Declaração de Cumprimento do inciso XXXIII do artigo 7 da Constituição Federal, de acordo com modelo estabelecido no Anexo V do Edital.

5.5.2. Relativos à Regularidade Fiscal

- a. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica;
- b. Prova de regularidade com a Fazenda Federal, através de Certidão Negativa de Débitos relativos a Tributos Federais e Dívida Ativa da União expedida pela Procuradoria Geral da Fazenda Nacional e Receita Federal do Brasil, ou Certidão Positiva com efeito de Negativa;
- c. Prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS, comprovada através de apresentação de certidão fornecida pela Caixa Econômica Federal;

5.5.3. Relativos à Qualificação Técnica:

5.5.3.1 Comprovação de aptidão da LICITANTE para desempenho de atividades pertinentes e compatíveis, em características e prazos, com o objeto desta licitação:

- a) A comprovação de aptidão referida no item acima deverá ser feita a partir de, pelo menos, um atestado fornecido por pessoa jurídica de direito público ou privado em nome da empresa licitante, aceitando-se para tal a comprovação de serviços similares ou de mesma complexidade tecnológica;
- b) Será considerado compatível com a quantidade o(s) atestado(s) que apresentar(em), no mínimo, 40% (quarenta por cento) do valor estimado para o item a ser licitado, ficando estabelecido que os arredondamentos dos cálculos serão sempre para baixo a favor da competitividade;
- c) Para efeito do **item B**, será admitido o somatório dos valores das quantidades dos atestados fornecidos;
- d) Será considerado compatível com o objeto da licitação os atestados provenientes da prestação de serviços de Marketing Promocional;
- e) Não serão aceitos atestados emitidos pela licitante, em seu próprio nome, nem qualquer outro em desacordo com as exigências do Edital;

5.5.3.2 Comprovação de registro no sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas do Ministério do Turismo – CADASTUR, mediante apresentação de certificado válido, conforme Lei N° 11.771/2008, Decreto N° 7.381/2010 e Portaria N° 130/2011;

5.5.4. Relativa à Qualificação Econômico-Financeira:

5.5.4.1 Certidão Negativa de Falência ou Recuperação Judicial, expedida pelo distribuidor ou distribuidores (caso exista mais de um) da sede da licitante, ou de seu domicílio OU, no caso de empresas em recuperação judicial, que já tenham tido o plano de recuperação homologado em juízo, certidão emitida pela instância judicial competente que certifique que a licitante está apta econômica e financeiramente a participar do procedimento licitatório;

5.5.4.2 Certidão Negativa de Falência ou Recuperação Judicial referente aos processos distribuídos pelo PJe (processos judiciais eletrônicos) da sede da licitante ou de seu domicílio;

a. A certidão descrita no subitem a somente é exigível quando a certidão negativa de Falência ou Recuperação Judicial do Estado da sede da licitante ou de seu domicílio (subitem 5.4.4.1) contiver a ressalva expressa de que não abrange os processos judiciais eletrônicos.

b. Em caso de Certidão Positiva com efeito de negativa, referente a processos eletrônicos (PJe), é necessário que o documento mencione se a licitante já teve o plano de recuperação homologado em juízo e se está apta econômica e financeiramente a participar do procedimento licitatório.

c. Caberá ao licitante obter a Certidão Negativa de Falência ou Recuperação Judicial, de acordo com as disposições normativas do respectivo Estado da Federação da sede da licitante ou de seu domicílio.

5.5.4.3 Balanço Patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, exigíveis e apresentados na forma da lei;

a. Os balanços e demonstrações devem conter os registros ou autenticações no órgão competente e estar devidamente assinados pelo administrador da empresa e pelo profissional habilitado junto ao Conselho Regional de Contabilidade – CRC, e vir acompanhados dos termos de abertura e de encerramento;

b. Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) relativa ao último exercício social, apresentado na forma da lei;

c. Os documentos exigidos para fins de qualificação econômico-financeira deverão comprovar os Índices de Liquidez Geral (LG) e Liquidez Corrente (LC), maiores ou iguais a 1,0 (um), extraídos do Balanço Patrimonial, que poderão vir calculados pela licitante, mediante aplicação das seguintes fórmulas:

$$\text{Liquidez Geral} = \frac{\text{AC} + \text{ARLP}}{\text{PC} + \text{PELP}} \geq (\text{maior ou igual}) 1,0$$

$$\text{Liquidez Corrente} = \frac{\text{AC}}{\text{PC}} \geq (\text{maior ou igual}) 1,0$$

Onde: AC = Ativo Circulante; ARLP = Ativo Realizável a Longo Prazo; PC = Passivo Circulante;

PELP = Passivo Exigível a Longo Prazo;

d. É vedada a substituição do Balanço Patrimonial e da Demonstração do Resultado do Exercício por balancetes ou balanços provisórios;

e. Caso o exercício financeiro anterior ao da licitação esteja encerrado há mais de 3 (três) meses da data da sessão pública de abertura desta licitação, o Balanço Patrimonial poderá ser atualizado pelo ÍNDICE NACIONAL DE PREÇOS AO CONSUMIDOR AMPLO (IPCA);

5.5.4.4 Inexistindo preceito legal ou prazo de validade fixado no próprio instrumento, os documentos/certidões serão considerados válidos por um período de 90 (noventa) dias contados da sua emissão, exceto quando se tratar de Certidão Negativa de Falência ou Recuperação Judicial que terá validade de 180 (cento e oitenta) dias da sua expedição.

5.5.4.5 Caso haja previsão de prazo diverso em lei ou em norma infralegal municipal, de outros estados da federação ou internacional, a licitante ficará responsável por juntar a respectiva comprovação.

5.5.4.6 Não será aceito qualquer protocolo de entrega ou de solicitação de documentos em substituição aos documentos relacionados neste Edital;

5.5.4.7 As microempresas, empresas de pequeno porte e microempreendedor individual deverão apresentar toda a documentação exigida para efeito da regularidade fiscal e trabalhista, mesmo que apresente alguma restrição.

5.5.4.8 Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal e/ou trabalhista da microempresa, empresa de pequeno porte e microempreendedor individual, será assegurado o prazo de 05 (cinco) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado vencedor do certame, prorrogável por igual período, a critério da administração, para regularização da documentação, para pagamento ou parcelamento do débito e para emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa.

5.5.4.9 A não regularização da documentação, no prazo previsto no subitem anterior, implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas neste edital.

5.5.4.10 O Certificado de Registro de Fornecedores – CRF emitido pela Gerência de Cadastro de Fornecedores, Materiais e Serviços da Secretaria de Administração do Estado de Pernambuco substitui os documentos de habilitação enumerados nos itens 5.5.2 b, c e 5.5.4.1 deste edital quanto às informações disponibilizadas no Portal Eletrônico da Secretaria Executiva de Administração no sítio www.sad.pe.gov.br/seadm, podendo a Comissão de Licitação/Pregoeiro consultar o banco de dados do CADFOR/PE para apuração da situação da licitante, assegurado às demais licitantes o direito de acesso aos dados nele constantes.

5.5.4.11 Para fins de habilitação, a verificação dos documentos pelo pregoeiro nos sítios oficiais de órgãos e entidades emissores de certidões constitui meio legal de prova.

5.5.4.12 Será inabilitado a licitante que deixar de apresentar quaisquer documentos exigidos ou apresentá-los em desacordo com as exigências deste Edital, ressalvadas as restrições relativas à regularidade fiscal das microempresas e empresas de pequeno porte, nos termos da lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, e o disposto no subitem 10.7.

5.5.4.13 Em se tratando de filial, os documentos de habilitação jurídica e regularidade fiscal deverão estar em nome da filial, exceto aqueles que, pela própria natureza, são emitidos somente em nome da matriz.

6. DA PROPOSTA TÉCNICA (ENVELOPE N° B, C e D)

6.1. A PROPOSTA TÉCNICA, será composta pelos envelopes B, C e D, constituídos da seguinte forma para construção de sua avaliação:

6.1.1. Projeto Simulado de Marketing Promocional (Apócrifo e Cotejo) e Apresentação Técnica da Concorrente;

6.1.2. Sua formatação segue o quadro a seguir e as normativas presentes no Termo de Referência:

PROPOSTA TÉCNICA	Envelopes "B" e "C"	Projeto Simulado de Marketing Promocional	Raciocínio Básico
			Planejamento Estratégico
			Táticas de Marketing Promocional
	Envelope "D"	Apresentação Técnica da Concorrente	Capacidade de Atendimento
			Experiência Promocional e de Eventos
			Relato de Caso de Marketing Promocional

6.1.3. O Projeto Simulado de Marketing Promocional - APÓCRIFO, que integrará o SEGUNDO envelope, doravante denominado "ENVELOPE B", deverá ser apresentado em 03 (três) vias NÃO IDENTIFICADAS, em papel branco, encadernado, em volume único e três etapas:

- a. Raciocínio Básico;
- b. Planejamento Estratégico;
- c. Táticas de Marketing Promocional;

6.1.4. O Projeto Simulado de Marketing Promocional - COTEJO, que integrará o TERCEIRO envelope, doravante denominado "ENVELOPE C", deverá ser apresentado em VIA ÚNICA IDENTIFICADA com capa e contracapa em papel timbrado da empresa, lacrado e com o mesmo conteúdo do ENVELOPE B, exceto por sua identificação, e será usado para fins exclusivos de cotejamento;

6.1.5. A Apresentação Técnica da Concorrente, que integrará o QUARTO envelope, doravante denominado "ENVELOPE D", deverá ser apresentada em 03 (três)

vias, encadernado, com capa e contracapa em papel timbrado da empresa concorrente, em volume único e três etapas:

- a. Capacidade de Atendimento;
 - b. Experiência Promocional e de Eventos;
 - c. Relato de Caso de Marketing Promocional;
- 6.1.6. Em conjunto, a Proposta Técnica visam avaliar a capacidade das concorrentes em lidar com os desafios do trato do objeto do Termo de Referência, bem como sua estrutura técnica e histórico para lidar com as questões promocionais da EMPETUR;
- 6.1.7. Os cadernos deverão obedecer a seguinte formatação, para melhor manejo do conteúdo pela subcomissão técnica e observação dos limites de conteúdo propostos para o exercício e a apresentação da candidata:
- a. Orientação retrato, com espiral plástico preto à esquerda, impressos exclusivamente em sua frente, sendo facultado o uso de sobrecapas em plástico ou qualquer outro material, desde que não dificultem seu manuseio ou aposição nos ENVELOPES "B", "C" e "D" deste certame;
 - b. Conteúdos anexos impressos em papel A4, tipo offset ou equivalente, branco, com 75 a 90 g/m²;
 - c. Espaçamento recomendado de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
 - d. Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
 - e. Espaçamento simples nas entrelinhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
 - f. Alinhamento justificado do texto;
 - g. Texto e numeração de páginas em fonte "ARIAL", cor "AUTOMÁTICO", tamanho 12, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
 - h. Sendo, estes critérios, eliminatórios, sob a justificativa de objetivar a GARANTIA DE ISONOMIA E IDONEIDADE, visto que propostas padronizadas dificultam a identificação dos LICITANTES;
- 6.1.8. PROJETO SIMULADO DE MARKETING PROMOCIONAL: A primeira etapa do caderno deverá ser precedida de página separatória e incluirá os subquestos "Raciocínio Básico", "Planejamento Estratégico" e "Táticas de Marketing Promocional", elaborado com base no briefing (ANEXO I) deste Termo de Referência e nas orientações do Edital, observadas as seguintes disposições:
- a. RACIOCÍNIO BÁSICO: A primeira etapa do Projeto Simulado de Marketing Promocional é composta de um texto em que a licitante demonstrará sua compreensão sobre o

conteúdo do briefing, o cenário de atuação da EMPETUR, seus desafios, dados e premissas que embasarão sua estratégia simulada. Seu conteúdo deverá expressar claramente os desafios de marketing promocional, bem como tecer uma contextualização do trade turístico do estado e de seus diversos níveis de cliente. Também é necessário que o texto trace um conjunto de considerações sobre o(s) público(s) alvo da ação promocional simulada, proposta no briefing do certame, incluindo dados sócio demográficos adicionais obtidos pela candidata, e que servirão como paradigma para as estratégias e táticas que serão propostas;

- b. **PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO:** A segunda etapa do Projeto Simulado de Marketing Promocional é composta de texto com diretrizes estratégicas derivadas diretamente das considerações já apresentadas no item anterior. Em que as candidatas apresentem e justifiquem em seu escopo as estratégias propostas para suprir os desafios e problemas, gerais e específicos, de marketing promocional a serem enfrentados e alcançados, objetivos previstos no briefing, compreendendo:
- b.1. Definições sobre públicos que devem ser contemplados através de ações promocionais, formulando hipóteses que devem ser respondidas pelas opções estratégicas realizadas na proposta de estratégia, incluindo hábitos e comportamentos a partir de parâmetros psicográficos, quando possível;
 - b.2. Definições gerais sobre táticas que devem ser inseridas nas ações promocionais relativas ao caso do briefing, em particular sobre como abordar cada um dos públicos, norteando os itens que serão corporificados nas Táticas de Marketing Promocional;
 - b.3. Desdobramentos posteriores a estas ações, determinando como esta abordagem irá gerar longevidade ao marketing promocional dos destinos turísticos do Estado de Pernambuco;
 - b.4. Definições temporais sobre o período correto de realização das ações, diante das diretrizes presentes no caso apresentado em briefing;
 - b.5. Definições relativas ao modo de realizar a estratégia de campanha, em particular instrumentos ou ferramentas que serão utilizados;
- c. **TÁTICAS DE MARKETING PROMOCIONAL:** Texto elaborado, tendo como pressuposto as definições dos dois itens anteriores. Constitui-se de memorial descritivo das peças propostas, apresentando o conjunto de ações promocionais, cronograma e orçamento que, conforme briefing, devem compor a execução de sua ação, observando as seguintes disposições:
- c.1. Nas táticas devem estar expressas sob a forma de relação sobre todas as peças e/ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de marketing promocional, devendo ser seguida a indicação de cada peça por comentários sobre a função/construção de cada peça e/ou material, podendo ser em texto corrido ou tópicos, a critério dos licitantes;
 - c.2. Em forma de ANEXOS IMPRESSOS EM PAPEL, acompanhará essa etapa exemplos corporificados das ações das táticas, apresentados como “plantas baixas”, “layouts”,

“estandes simulados”, “design de objetos”, entre outros, limitado ao número de 05 (cinco) anexos;

- c.3.** Os anexos citados na alínea anterior devem ser incorporados ao volume, com suas respectivas identificações, logo após a etapa de Tática Promocional, podendo ser em formato maior que este volume, desde que dobrados se integrem à encadernação, sem maiores problemas de manuseio ao resto da Proposta Técnica;
- c.4.** Além dos anexos, a relação descritiva de táticas prevista na alínea “a” deverá ser elaborada contemplando todas as peças de responsabilidade das concorrentes, que integrarão as ações desenvolvidas para o atendimento do exercício simulado presente no briefing;
- c.5.** Cada peça dos anexos deverá trazer indicação sucinta (exemplo: estande, fardamento, design de brinde, etc.), destinada a facilitar aos integrantes da subcomissão técnica com a relação de táticas prevista na alínea “a”;
- c.6.** Após a relação, em página separada, deverá haver o cronograma de desenvolvimento das táticas propostas, com proposição da candidata para a operação das ações propostas;
- c.7.** Concluindo a etapa, as candidatas deverão desenvolver uma planilha orçamentária, mostrando que as táticas propostas se adequam totalmente às diretrizes propostas em briefing, com os percentuais gerais de custos internos e de produção das ações descritos de forma clara;
- c.8.** Para o exercício, as candidatas devem tomar como base para os custos internos os preços de tabela da regional da AMPRO, ATUALIZADA, sendo que os descontos propostos devem ser incluídos exclusivamente na proposta de preços do certame, não sendo alvo de avaliação deste volume seu valor absoluto, mas a distribuição consciente dos recursos, diante dos desafios presentes em briefing;

6.1.9. APRESENTAÇÃO TÉCNICA DA CONCORRENTE: A primeira etapa do caderno deverá ser igualmente precedida de página separatória e incluirá os subquestos de “Capacidade de Atendimento”, “Experiência Promocional e de Eventos” e “Relato de Caso de Marketing Promocional”, observadas as seguintes proposições:

- a.** CAPACIDADE DE ATENDIMENTO: Etapa composta de texto que trata da capacidade da concorrente em atender as demandas de marketing promocional da EMPETUR, apresentando elementos operacionais e de infraestrutura, devendo incluir:
 - a.1.** Quantificação e qualificação dos profissionais que serão postos à disposição da EMPETUR, devendo a licitante indicar, caso a caso, quantos profissionais estarão disponíveis de forma geral e dedicada/exclusiva;
 - a.2.** A qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido, contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais;
 - a.3.** Os profissionais indicados, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, deverão participar da elaboração dos serviços objeto do edital, admitida sua

- substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, durante o curso do contrato;
- a.4.** Sistemática de atendimento, com clara indicação das obrigações a serem cumpridas pela licitante, incluindo prazos a serem observados desde o momento da solicitação dos serviços até seu desenvolvimento, produção e veiculação;
 - a.5.** Descrição das instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato;
 - a.6.** Listagem das organizações do setor que a empresa é associada e, quando existentes, acordos operacionais/coligações, dentro do território nacional e fora dele, que sirvam como referência da capilaridade de atuação da empresa;
- b.** EXPERIÊNCIA PROMOCIONAL E DE EVENTOS: Etapa composta da apresentação de até 03 (três) declarações com eventos/ações promocionais realizados pela candidata, atestada por clientes, que melhor representem a capacidade de execução de ações similares para a EMPETUR, expressando, ao menos, no seu conteúdo:
- b.1.** Descrição do evento/ação promocional realizada;
 - b.2.** Período de realização;
 - b.3.** Nível de abrangência, podendo ser local, regional, nacional ou internacional;
 - b.4.** Para fins de análise da abrangência, devem ser levados em conta o público visado pelo evento e o efetivo alcance deste público, sendo o referendo do cliente ao texto fundamental para esta conclusão;
 - b.5.** Declaração textual do cliente de bom atendimento, por parte da candidata;
- c.** RELATO DE CASO DE MARKETING PROMOCIONAL: A licitante deverá apresentar 01 (um) relato de solução de problema de marketing promocional em que será descrito um caso modelo bem-sucedido de planejamento promocional, proposto pela candidata e por ela implementada para um de seus clientes, representando um exemplo de êxito e qualidade da candidata em resolver questões do trato de sua atividade, da seguinte forma:
- c.1.** O relato deverá estar devidamente referendado pelo respectivo cliente e não pode referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que o Governo do Estado de Pernambuco seja ou tenha sido o signatário;
 - c.2.** A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pelo licitante, mediante a rubrica do autor do referendo em todas as suas páginas e assinatura ao final do texto;
 - c.3.** Na última página do relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura (com reconhecimento de firma) do seu respectivo signatário, acompanhada do seu nome, cargo e função;

- c.4. Para cada relato, é permitida a inclusão de até 4 (quatro) páginas de anexos que exemplifiquem a ação realizada, como imagens do ambiente promocional, layouts de material produzido ou outras que melhor tangibilizem a estratégia implementada podendo estar acompanhada por *pendrive* com fotos e vídeos da ação;
 - c.5. As páginas dos anexos devem seguir a formatação do resto do caderno, encadernadas no volume em formato A4;
 - c.6. Para a apresentação de plantas, layouts, etc.;
- 6.1.10. A Proposta Técnica deverá ser apresentada de acordo com as normas determinadas neste termo e nas demais condições posteriormente estabelecidas em edital;
 - 6.1.11. Sua elaboração deverá atender as seguintes considerações básicas:
 - a.1. Os diferentes tipos de trabalhos incluídos no Termo de Referência dos serviços;
 - a.2. A compatibilização da equipe técnica, auxiliares e meios materiais a utilizar, com o PROGRAMA DE TRABALHO;

7. DA PROPOSTA DE PREÇOS (ENVELOPE N° E)

- 7.1. A PROPOSTA FINANCEIRA, que integrará o quinto envelope, doravante denominado “ENVELOPE E”, deverá ser apresentada em VIA ÚNICA, em papel timbrado da empresa concorrente, assinada pelo seu representante legal. Deverá ser redigida em português, de forma clara, não podendo ser manuscrita, nem conter rasuras ou entrelinhas;
- 7.2. A Proposta Financeira será apresentada de acordo com o modelo constante do “ANEXO II” do termo de referência, seguindo também todas as demais condições posteriormente estabelecidas no edital;
- 7.3. A Proposta Financeira deverá ter validade mínima de 90 (noventa) dias corridos, contados da sua data de apresentação;
- 7.4. Não será admitida a alteração das propostas apresentadas, ressalvadas as mudanças de natureza formal destinadas a sanar evidentes erros materiais, sem nenhuma alteração do conteúdo e das condições referidas, desde que não venham a causar prejuízos aos demais licitantes.

8. DA PARTICIPAÇÃO DE MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE

- 8.1. As microempresas (ME) e empresas de pequeno porte (EPP), bem como as cooperativas enquadradas no artigo 34 da Lei nº 11.488, de 2007 (COOP), que pretenderem se beneficiar nesta licitação do regime diferenciado e favorecido previsto na Lei Complementar nº 123, de 2006, e no Decreto Estadual nº 45.140, de 2017, e alterações posteriores, deverão apresentar a respectiva declaração, conforme modelo anexo ao Edital, separadamente dos Envelopes de nº 01e de nº 02.

- 8.1.1. O enquadramento como ME e EPP, ou como cooperativas que a elas se equiparem, deve ser verificado a partir da análise dos balanços contábeis apresentados como documento de habilitação econômico-financeira, observando se o somatório dos valores das ordens bancárias recebidas pela ME/EPP/COOP, no exercício anterior, extrapola o limite de R\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais), previsto no artigo 3º, inciso II, da Lei

Complementar nº 123, de 2006, ou o limite proporcional de que trata o artigo 3º, § 2º, do mesmo diploma, em caso de início de atividade no exercício considerado.

8.1.2. Constatada a ocorrência de qualquer das situações de extrapolação do limite legal, a Comissão indeferirá, motivadamente, a aplicação do tratamento diferenciado em favor do licitante, conforme artigo 3º, §§ 9º, 9º-A, 10 e 12, da Lei Complementar nº 123, de 2006, sem prejuízo das penalidades incidentes.

8.2.O julgamento das propostas apresentadas por empresas enquadradas no presente item obedecerá ao procedimento previsto no subitem 10.7.

9. DA SESSÃO PÚBLICA

9.1. A licitação será processada, mediante a entrega, pelos licitantes, da documentação pertinente, conforme o que se segue:

9.1.1 Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão Especial de Licitação o documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos invólucros.

a. Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, onde conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original, para permitir que a Comissão Especial de Licitação ateste sua autenticidade.

b. Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, em original com reconhecimento de firma ou em cópia devidamente autenticada pelo cartório competente e com poderes expressos para a prática de atos pertinentes ao presente certame. Na hipótese de apresentação por intermédio de procuração, deverá ser juntada a cópia autenticada em cartório do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

c. A ausência do documento hábil de representação não impedirá o representante de participar da licitação, mas ele ficará impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento licitatório.

d. A documentação apresentada na primeira sessão de recepção dos envelopes credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

e. Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar os documentos por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Especial de Licitação, na data, hora e local indicados neste Edital.

9.1.2 As credenciais dos licitantes que se fizerem representar legalmente nas sessões públicas referentes à licitação, através de procuração pública ou particular, com firma reconhecida em cartório, ou ato constitutivo, estatuto ou contrato social, deverão ser apresentadas juntamente com documento de identidade do representante.

9.1.3 Somente participará da sessão um representante de cada licitante. Não será admitido que uma mesma pessoa represente mais de um licitante.

- 9.1.4 Qualquer pessoa poderá assistir aos atos públicos citados no item anterior, mas somente deles participarão ativamente os licitantes ou seus representantes legais, através de documento conferindo-lhe poderes para a prática de todos os atos referentes ao processo, inclusive eventual renúncia a recursos, ou credenciados com os mesmos poderes do procurador, não sendo permitidas atitudes desrespeitosas ou que causem tumultos e perturbem o bom andamento dos trabalhos.
- 9.1.5 As credenciais devem ser apresentadas em separado dos ENVELOPES e serão anexadas ao processo.
- 9.1.6 Os licitantes que não se fizerem representar ou cujos representantes não portarem documentos que os credenciem e os identifiquem não poderão assinar atas, rubricar documentos ou praticar outros atos relativos à licitação.
- 9.2. No dia, hora e local designados neste Edital, em ato público, na presença dos licitantes, a Comissão de Licitação receberá, de uma só vez, os Envelopes A, B, C, D e E e procederá à abertura da licitação.
- 9.3. Depois de ultrapassado o horário para recebimento dos envelopes, nenhum outro será recebido, tampouco serão permitidos quaisquer adendos ou esclarecimentos relativos à documentação, proposta de preços ou proposta técnica apresentada.
- 9.4. Após identificados os licitantes e recebidos os envelopes, será realizada a abertura dos Envelopes A - Documentos de Habilitação, cujo conteúdo será rubricado pelos membros da Comissão de Licitação e pelos licitantes presentes ou por seus representantes.
- 9.5. Como condição prévia ao exame da documentação de habilitação do licitante, a Comissão verificará o eventual descumprimento das condições de participação, especialmente quanto à existência de sanção que impeça a participação no certame ou a futura contratação, reputando, se for o caso, o licitante excluído do certame, por falta de condição de participação.
- 9.6. Será elaborada ata, contendo os fatos ocorridos durante a sessão.
- 9.7. A Comissão de Licitação poderá suspender a reunião para analisar os documentos apresentados, marcando, na oportunidade, nova data e horário em que voltará a reunir-se, informando os licitantes.
- 9.8. Analisada a documentação de habilitação, a Comissão elaborará ata, contendo o registro dos licitantes habilitados e inabilitados, devendo, neste último caso, apontar o motivo da inabilitação, indicando, ainda, o (s) item (ns) não atendido(s) do presente Edital.
- 9.9. A Comissão de Licitação pode solicitar parecer de técnicos pertencentes ao quadro da Contratante para respaldar o exame dos documentos de habilitação.
- 9.10. A intimação dos atos de habilitação ou inabilitação dos licitantes será feita mediante publicação na imprensa oficial, salvo se presentes os representantes de todos os licitantes no ato público em que foi adotada a decisão, caso em que a intimação será feita por comunicação direta aos interessados e lavrada em ata, a qual deverá ser assinada pelos mesmos, momento em que os licitantes serão indagados pela Presidente quanto ao direito de recorrer.
- 9.11. Em ato contínuo, os Envelopes nº B, C, D e E - Proposta Técnica e Proposta de Preços dos licitantes habilitados serão abertos na mesma sessão, desde que todos os licitantes tenham renunciado expressamente ao direito de recorrer, ou em ato público especificamente marcado para este fim, após o decurso do prazo recursal.
- 9.12. Não ocorrendo a renúncia expressa de todos os licitantes, quanto ao direito de recorrer, os Envelopes nº B, C, D e E - Proposta Técnica e Proposta de Preços serão rubricados pelos licitantes presentes ao ato e mantidos invioláveis até a posterior abertura.
- 9.13. Ultrapassada a fase de habilitação e abertas as propostas, não cabe desclassificar o licitante por motivo relacionado à habilitação, salvo em razão de fatos supervenientes ou só

conhecidos após o julgamento daquela.

9.14. Após a abertura dos Envelopes nº B, C, D e E - Proposta Técnica e Proposta de Preços, a Comissão de Licitação irá suspender a sessão para o encaminhamento das Propostas Técnicas contidas nos Envelopes nº B e D à subcomissão técnica para análise e julgamento, conforme disposto neste Edital. Ficando os envelopes C e E sob guarda da CPL.

9.15. A intimação para a sessão de resultado das propostas será feita mediante publicação na imprensa oficial, salvo se presentes os representantes de todos os licitantes no ato público em que foi adotada a decisão, caso em que a intimação será feita por comunicação direta aos interessados e lavrada em ata, a qual deverá ser assinada pelos mesmos, momento em que os licitantes serão indagados pela Presidente quanto ao direito de recorrer.

9.16. Em todos os atos públicos, serão lavradas atas circunstanciadas, assinadas pelos membros da Comissão e pelos representantes credenciados e licitantes presentes.

10. DO JULGAMENTO DA PROPOSTA

10.1. O critério de julgamento será melhor técnica e preço.

10.2. PROPOSTAS TÉCNICAS: Serão julgadas, avaliadas e classificadas de acordo com os critérios pertinentes e adequados ao objeto licitado, definidos neste documento, aferindo-se a nota a partir do somatório dos pontos obtidos nos quesitos técnicos constantes da proposta do licitante, da seguinte forma:

10.2.1 As propostas técnicas deverão levar em conta a formatação proposta neste documento e, para os itens do PLANO DE MARKETING PROMOCIONAL, os elementos descritos no briefing que compõe o ANEXO I do Termo de Referência, que constitui exercício simulado de planejamento de ação, a exemplo do que será realizado no decorrer do edital;

10.2.2 Será definida uma COMISSÃO TÉCNICA que levará em conta, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou sub quesito:

10.2.2.1 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO:

10.2.2.1.1 Análise da experiência dos profissionais de coordenação da licitante em atividades de marketing promocional;

10.2.2.1.2 Análise da adequação das qualificações e quantificações desses profissionais à estratégia de promoção da EMPETUR;

10.2.2.1.3 Análise da adequação das instalações, da infraestrutura (física e de tecnologia da informação) e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;

10.2.2.1.4 Análise da operacionalidade do relacionamento entre a EMPETUR e a licitante, claramente esquematizada na proposta, incluindo prazos a serem observados desde o momento da solicitação dos serviços até a sua entrega;

10.2.2.1.5 Observação da existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta, bem como a definição técnica dos profissionais à disposição e sistemática de atendimento;

10.2.2.1.6 Observação das associações realizadas e capilaridade de suporte às ações de marketing promocional;

10.2.2.2 EXPERIÊNCIA PROMOCIONAL E DE EVENTOS:

- 10.2.2.2.1 Análise da complexidade dos eventos, dimensionada pela quantidade e qualidade das ações que precisaram ser desenvolvidas pela candidata, apresentadas claramente na descrição do evento da candidata e atestada pelo cliente;
- 10.2.2.2.2 Análise do porte do evento, evidenciada pelas dimensões de público atendido direta e indiretamente, pelos eventos atestados;
- 10.2.2.2.3 Análise da abrangência das ações promocionais atestadas e sua compatibilidade com as ações que serão realizadas no âmbito do contrato com a EMPETUR;

10.2.2.3 RELATO DE CASO DE MARKETING PROMOCIONAL:

- 10.2.2.3.1 A evidência de planejamento de marketing promocional;
- 10.2.2.3.2 A consistência das relações de causa e efeito entre problema original de marketing promocional e a solução proposta pela candidata;
- 10.2.2.3.3 A relevância dos resultados apresentados, evidenciada por dados objetivos, números, relatos e efeitos derivados diretamente das proposições táticas e estratégicas da concorrente para o caso;
- 10.2.2.3.4 A concatenação lógica da exposição, particularmente evidenciada por uma narrativa temporal linear e evolutiva do relato, onde a sucessão de elementos conduz ao desfecho do caso com exposição de elementos apurados após a conclusão das estratégias implementadas a partir das ações desenvolvidas pela concorrente;

10.2.2.4 RACIOCÍNIO BÁSICO:

- 10.2.2.4.1 Acuidade de compreensão em relação aos elementos estruturais da Indústria do Turismo do Brasil e de Pernambuco, e sua relação direta com o trato destas questões pelo Governo do Estado de Pernambuco;
- 10.2.2.4.2 Acuidade de compreensão do papel da EMPETUR e sua estrutura subsidiária como promotora do desenvolvimento dos destinos turísticos e sua relação com os demais integrantes do ecossistema do Turismo;
- 10.2.2.4.3 Avaliação da presença e qualidade do entendimento do cenário de marketing promocional e dos desafios a serem enfrentados pela Secretaria de Turismo e Lazer, conforme o briefing do exercício simulado presente neste certame;

10.2.2.5 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO:

- 10.2.2.5.1 Avaliação da clareza e pertinência das definições sobre cobertura de públicos contemplados, e da presença de hipóteses embasadas em dados e análise geral de cenário desenvolvido pela candidata;
- 10.2.2.5.2 Avaliação de exequibilidade e adequação das conclusões geradas por essas hipóteses, em particular sobre o efetivo alcance sobre os diversos targets e da consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia proposta;

10.2.2.5.3 Avaliação da presença de elementos de discussão (“o que fazer?”, “de que forma?”, “quando?” e “com que estruturação operacional?”);

10.2.2.5.4 Avaliação da presença de análises consistentes diante das diretrizes presentes do caso apresentado em briefing;

10.2.2.5.5 Avaliação da clara apresentação de definições relativas ao modo de realizar a estratégia de campanha;

10.2.2.5.6 Avaliação da discussão dos instrumentos ou ferramentas que serão utilizados;

10.2.2.5.7 Avaliação da discussão de desdobramentos posteriores às ações propostas;

10.2.2.6 TÁTICAS DE MARKETING PROMOCIONAL:

10.2.2.6.1 Avaliação da adequação das táticas promocionais ao(s) desafio(s) e/ou problema(s), geral e/ou específico, da EMPETUR, conforme o briefing constante do certame;

10.2.2.6.2 Avaliação de sua relação com os elementos estratégicos identificados e analisados como fundamentais na estratégia de marketing promocional;

10.2.2.6.3 Avaliação à adequação ao universo sociocultural dos diversos segmentos de público-alvo;

10.2.2.6.4 Análise da multiplicidade de interpretações favoráveis comportadas pelas táticas;

10.2.2.6.5 Observação da originalidade da estratégia e sua capacidade de gerar impacto sem desvios dos objetivos de marketing promocional;

10.2.2.6.6 Análise da simplicidade de sua operação sem perda da obtenção dos melhores resultados conceituais;

10.2.2.6.7 Observação de sua pertinência às diretrizes da EMPETUR e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;

10.2.2.6.8 Análise dos desdobramentos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos apresentados e demais táticas explicitadas;

10.2.3 A nota das PROPOSTAS TÉCNICAS serão apuradas atribuindo aos quesitos ou subquesitos, no máximo, os seguintes pontos, no total de 100 (cem), conforme descritos a seguir:

RACIOCÍNIO BÁSICO máximo de 12 (doze) pontos, da seguinte forma:		
SUBITEM	ELEMENTO DE AVALIAÇÃO	PONTUAÇÃO MÁXIMA
a)	Acuidade de compreensão em relação aos elementos estruturais da Indústria do Turismo do Brasil e de Pernambuco, e sua relação direta com o trato destas questões pelo Governo do Estado de Pernambuco/EMPETUR;	4,0 (quatro) pontos
b)	Acuidade de compreensão do papel da EMPETUR e sua	4,0 (quatro)

	estrutura subsidiária como promotora do desenvolvimento dos destinos turísticos e sua relação com os demais integrantes do ecossistema do Turismo;	pontos
c)	Avaliação da presença e qualidade do entendimento do cenário de marketing promocional e dos desafios a serem enfrentados pela Secretaria de Turismo e Lazer/EMPETUR, conforme o briefing do exercício simulado presente neste certame;	4,0 (quatro) pontos

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO: máximo de 24 (vinte e quatro) pontos, da seguinte forma:		
SUBITEM	ELEMENTO DE AVALIAÇÃO	PONTUAÇÃO MÁXIMA
a)	Clareza e pertinência das definições sobre cobertura de públicos contemplados, e da presença de hipóteses embasadas em dados e análise geral de cenário desenvolvido pela candidata;	5,0 (cinco) pontos
b)	Avaliação de exequibilidade e adequação das conclusões geradas por essas hipóteses, em particular sobre o efetivo alcance sobre os diversos targets e da consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia proposta;	7,0 (sete) pontos
c)	Avaliação das definições relativas ao modo de realizar a estratégia de campanha e da discussão relativa aos instrumentos ou ferramentas que serão utilizados;	7,0 (sete) pontos
d)	Avaliação da presença e qualidade dos demais elementos de discussão necessários à construção estratégica de marketing promocional (estruturação e desdobramentos posteriores);	5,0 (cinco) pontos

TÁTICAS DE MARKETING PROMOCIONAL: máximo de 24 (vinte e quatro) pontos, da seguinte forma:		
SUBITEM	ELEMENTO DE AVALIAÇÃO	PONTUAÇÃO MÁXIMA
a)	Abrangência das táticas propostas para marketing promocional evidenciada pelo atendimento a todos os pontos apresentados em briefing e da relação destas táticas com os elementos estratégicos identificados e analisados como fundamentais na estratégia de marketing promocional;	5,0 (cinco) pontos
b)	Coerência, unidade e exequibilidade das ações táticas propostas, bem como a simplicidade de sua operação, sem perda da obtenção dos melhores resultados conceituais;	5,0 (cinco) pontos
c)	Cobertura de públicos da tática proposta, evidenciada pela avaliação à adequação ao universo sociocultural dos diversos segmentos de público-alvo e pela multiplicidade de interpretações favoráveis comportadas pelas mesmas táticas;	7,0 (sete) pontos
d)	Originalidade e impacto da proposta, evidenciada pela observação de sua pertinência às diretrizes da EMPETUR e à sua inserção nos contextos social, político e econômico, além da singularidade das soluções, que prezam pela geração de uma relação particular dos públicos com o caso exposto em briefing, observada nos exemplos descritos e tangibilizados;	7,0 (sete) pontos

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO: máximo de 15 (quinze) pontos, da seguinte forma:		
SUBITEM	ELEMENTO DE AVALIAÇÃO	PONTUAÇÃO MÁXIMA
a)	Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura, dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais colocados à disposição da EMPETUR;	5,0 (cinco) pontos
b)	Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos quesitos OPERACIONALIDADE, PRESTEZA NO ATENDIMENTO ÀS SOLICITAÇÕES e GRAU DE LIBERDADE conferido pela EMPETUR no desenvolvimento de estratégias de marketing promocional;	5,0 (cinco) pontos
c)	A existência de profissionais de coordenação e de atendimento exclusivo/dedicado para o trato das estratégias de marketing promocional da EMPETUR, bem como a definição técnica dos profissionais à disposição nessa condição;	5,0 (cinco) pontos

EXPERIÊNCIA PROMOCIONAL E DE EVENTOS: máximo de 15 (quinze) pontos, da seguinte forma:		
SUBITEM	ELEMENTO DE AVALIAÇÃO	PONTUAÇÃO MÁXIMA
a)	Análise da quantidade e complexidade dos eventos apresentados, dimensionada pela quantidade e qualidade das ações que precisaram ser desenvolvidas pela candidata, apresentadas claramente na descrição do evento da candidata e atestadas pelo cliente;	4,0 (quatro) pontos
b)	Análise do porte dos eventos/ações promocionais atestados, evidenciada pelas dimensões de público atendido direta e indiretamente pelos eventos atestados;	5,0 (cinco) pontos
c)	Análise da abrangência dos eventos/ações promocionais atestadas e sua compatibilidade com as ações que serão realizadas no âmbito do contrato com a EMPETUR;	6,0 (seis) pontos

RELATO DE CASO DE MARKETING PROMOCIONAL: máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:		
SUBITEM	ELEMENTO DE AVALIAÇÃO	PONTUAÇÃO MÁXIMA
a)	Evidência de planejamento de marketing promocional e consistência das relações de causa e efeito entre problema original de marketing promocional e a solução proposta pela candidata;	4,0 (quatro) pontos
b)	A relevância dos resultados apresentados, evidenciada por dados objetivos, números, relatos e efeitos derivados diretamente das proposições táticas e estratégicas da concorrente para o caso;	3,0 (três) pontos
c)	A concatenação lógica da exposição, particularmente evidenciada por sua narrativa e exposição de elementos apurados;	3,0 (três) pontos

- 10.2.4 Os números de pontos indicados em cada quesito relacionado nos subitens anteriores serão considerados, como notas máximas, para efeito de atribuição das notas;
- 10.2.5 A nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade máxima de pontos indicada em cada quesito, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais;
- 10.2.6 Para efeito de aferição da nota de cada quesito ou subquesito, os membros da subcomissão técnica utilizarão como pontuação 05 (cinco) NÍVEIS DE NOTAS, de acordo com a seguinte escala referente à nota máxima de cada quesito ou subquesito e adotando as referências na tabela a seguir:

CLASSIFICAÇÃO	REFERÊNCIA DE AVALIAÇÃO	VALORAÇÃO DA NOTA
NÃO ABORDADO OU ERRONEAMENTE ABORDADO	Quando a proposta não contempla e/ou contempla de forma errônea ou inadequada os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, conforme briefing e critérios estabelecidos no edital para o aspecto a ser avaliado, contendo grandes desvios e/ou erros grosseiros, e pouco compatíveis com o critério	0% da pontuação total do critério
INSUFICIENTEMENTE ABORDADO	Quando a proposta contempla de forma insuficiente (claramente incompleta) os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, conforme briefing e critérios estabelecidos no edital para o aspecto a ser avaliado, com desvios não relevantes do solicitado	30% da pontuação total do critério
PARCIALMENTE ABORDADO	Quando a proposta contempla alguns aspectos relevantes do quesito ou subquesito em julgamento, conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo à normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado	40% da pontuação total do critério
SATISFATORIAMENTE ABORDADO	Quando a proposta contempla os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica	70% da pontuação total do critério
TOTALMENTE ABORDADO	Quando a proposta contempla integral e exatamente os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, sem desvios e apresentando, quando possível, soluções	100% da pontuação total do critério

	com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério	
--	---	--

10.2.7 A nota de cada quesito corresponderá à média aritmética das notas atribuídas pelos membros da subcomissão técnica;

10.2.8 A subcomissão técnica será composta por 03 (três) integrantes designados em Portaria pela EMPETUR;

10.2.9 Além de apresentar planilha individual com o descritivo das notas, a comissão deverá elaborar ata de julgamento dos quesitos e subquesitos da proposta técnica;

10.2.10 Em caso de discrepância nas notas atribuídas pelos membros da subcomissão técnica À UM MESMO QUESITO, sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito global, a subcomissão reavaliará a pontuação atribuída, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos previstos no Termo de Referência e posterior Edital;

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

10.2.12 Será desclassificada a proposta que:

- a) Não atender às exigências do Termo de Referência, do Edital e/ou de seus anexos;
- b) Não alcançar, no total, a nota mínima de 50 (cinquenta) pontos;
- c) Obtiver pontuação 0,00 (zero) em quaisquer dos quesitos;

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

10.3. As PROPOSTAS FINANCEIRAS serão avaliadas de acordo com os critérios estabelecidos no quadro de pontuação a seguir:

ITEM A SER AVALIADO	NOTA MÁXIMA
<p>10.3.1 Desconto (em percentual), com até duas casas decimais, a ser concedido a EMPETUR, sobre os custos internos, realizados pela própria licitante, baseados na tabela da Associação de Marketing Promocional (AMPRO).</p> <p>*PERCENTUAL MÍNIMO DE DESCONTO ADMITIDO: 20% (vinte por cento).</p>	<p>- Desconto inferior a 20% = candidata desclassificada;</p> <p>- Desconto de 20% = 0 pontos;</p> <p>- Desconto superior a 20% = 0,8 x desconto;</p> <p>*NOTA MÁXIMA = 55 PONTOS</p>

10.3.2 Honorários sobre serviços de terceiros (em percentual), com até duas casas decimais, a serem cobrados à EMPETUR, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros, sob a supervisão da contratada.

***PERCENTUAL MÁXIMO DE HONORÁRIOS ADMITIDO: 15% (quinze por cento).**

- Honorário superior a 15% = candidata desclassificada;

- Honorário de 15% = 0 pontos;

- Honorário inferior a 15% = 8x (15 - honorário);

***NOTA MÁXIMA = 45 PONTOS**

10.3.3 A nota da proposta financeira será obtida mediante o somatório das notas dos itens 10.3.1. e 10.3.2. do quadro de pontuação, sendo considerada como proposta de melhor preço aquela que obtiver o maior número de pontos;

10.3.4 Caso o cálculo da pontuação a partir da fórmula proposta exceda a nota máxima para o item, serão desconsiderados os pontos adicionais, recebendo a candidata a nota máxima para cada item do critério, sem prejuízo da vantagem de preço oferecida pelo candidato à EMPETUR;

10.3.5 Para o critério de desconto sobre a tabela da Associação de Marketing Promocional (AMPRO), que versa sobre os custos internos de criação, planejamento e desenvolvimento de ações promocionais, a nota máxima para a composição da nota final da proposta de preços será de 55 pontos;

10.3.6 Para o critério de valoração dos honorários sobre produção incumbida a terceiros, que versa sobre os custos de orçamento, gestão e acompanhamento dos serviços terceirizados necessários à realização das ações de marketing promocional, a nota máxima para a composição da nota final da proposta de preços será de 45 pontos;

10.3.7 As propostas de preço que apresentarem descontos sobre os custos internos baseados na tabela de preços da Associação de Marketing Promocional (AMPRO) inferiores à 20% (vinte por cento) serão desclassificadas;

10.3.8 As propostas de preço que apresentarem honorários (em percentual) a serem cobrados à EMPETUR, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada, superiores a 15% (quinze por cento) serão desclassificadas;

10.3.9 Serão desclassificadas as propostas que deixarem de apresentar documentos ou apresentá-los em desacordo com as normas do edital, bem como as com preços manifestamente inexequíveis, observando-se o disposto no artigo 56 da Lei Federal 13.303/2016;

10.3.10 Não se admitirá proposta que apresente preços simbólicos, irrisórios, ou de valor zero, ou incompatíveis com os preços de mercado, observando o disposto no inciso III do art. 56 da Lei Federal 13.303/2016;

10.3.11 O valor máximo de pontuação da proposta de preço, observadas as fórmulas matemáticas anteriormente descritas, é de 100 pontos, considerando o disposto no item 10.3. e suas alíneas 10.3.1. e 10.3.2;

10.3.12 As propostas, em papel timbrado, deverão ser enviadas conforme ANEXOS I e II do termo de referência;

10.4. **JULGAMENTO FINAL:** A classificação das propostas será feita de acordo com a média ponderada das valorizações das propostas técnicas e de preço, de acordo com os pesos estabelecidos no Termo de Referência, mediante aplicação da seguinte fórmula:

$$\text{Nota Final} = (\text{Nota da Proposta Técnica} \times 0,6) + (\text{Nota da Proposta de Preço} \times 0,4)$$

10.5. A classificação das propostas será feita em ordem decrescente, considerando os valores das notas finais;

10.6. O prazo para emissão da Ata de Julgamento será de 15 (quinze) dias corridos, a contar da data de entrega das propostas, podendo ser prorrogado por períodos iguais, à critério da CONTRATANTE, sendo divulgada no DOE e afixada no quadro de avisos;

10.7. Classificadas as propostas, na hipótese de participação de licitante microempresa (ME) ou empresa de pequeno porte (EPP) ou cooperativa enquadrada no artigo 34 da Lei nº 11.488, de 2007 (COOP), será observado o disposto nos artigos 44 e 45 da Lei Complementar nº 123, de 2006, regulamentada pelo Decreto nº 6.204, de 2007:

10.7.1. A Comissão verificará as propostas classificadas ofertadas por licitantes ME/EPP/COOP que sejam iguais ou até 10% (dez por cento) superiores à proposta classificada em primeiro lugar, desde que a primeira colocada não seja uma empresa enquadrada nessas categorias.

10.7.2. As propostas que se enquadrarem nessa condição serão consideradas empatadas com a primeira colocada e o licitante ME/EPP/COOP mais bem classificado será notificado para, se desejar, apresentar uma nova proposta de preço para desempate, obrigatoriamente abaixo da primeira colocada.

10.7.3. A nova proposta de preço deverá ser apresentada de acordo com as regras deste Edital, em sessão pública, no prazo de **02 (dois) dias úteis**, contados da data da Ata ou da intimação do licitante.

10.7.4. Caso a ME/EPP/COOP mais bem classificada desista ou não se manifeste no prazo estabelecido, ou não apresente proposta válida, serão convocadas as demais licitantes ME/EPP/COOP participantes que se encontrem naquele intervalo de 10% (dez por cento), na ordem de classificação, para o exercício do mesmo direito, segundo o estabelecido nos subitens anteriores.

10.7.5. Caso sejam identificadas propostas de licitantes ME/EPP/COOP empatadas, no referido intervalo de 10% (dez por cento), será realizado sorteio para definir qual das licitantes primeiramente apresentará nova oferta, conforme subitens acima.

10.7.6. Havendo êxito no procedimento, e sendo considerada válida a nova proposta apresentada, a ME/EPP/COOP assumirá a posição de primeira colocada do certame. Não havendo êxito, ou tendo sido a melhor oferta inicial apresentada por ME/EPP/COOP, ou ainda não existindo ME/EPP/COOP participante, permanecerá a classificação inicial.

10.7.7. Havendo eventual empate, o critério de desempate será o sorteio, em

ato público, para o qual os licitantes serão convocados.

10.8. A intimação do resultado final do julgamento das propostas será feita mediante publicação na imprensa oficial, salvo se presentes os representantes de todos os licitantes no ato público em que foi adotada a decisão, caso em que a intimação será feita por comunicação direta aos interessados e lavrada em ata, por eles assinada.

11. DA NÃO PARTICIPAÇÃO DE CONSÓRCIOS

- 11.1. Consórcios são associações corporativas nas quais duas ou mais pessoas jurídicas unem esforços visando concretizar um objeto específico. Esse conceito decorre do disposto no art. 278 da Lei n. 6.404/76;
- 11.2. A vedação à participação de consórcios fundamenta-se por tratar-se de contratação comum para empresas atuantes neste mercado, sendo usual a participação de empresas que, em sua maioria, apresentam o mínimo exigido no tocante às qualificações técnica e econômico-financeira e demais condições suficientes para a execução de contratos dessa natureza, o que não tornará restrito o âmbito de possíveis licitantes;
- 11.3. A vedação à participação de consórcio não trará prejuízos à competitividade do certame, visto que, em regra, a formação de consórcios é admitida quando o objeto a ser licitado envolve questões de alta complexidade ou de relevante vulto, nas quais as empresas, isoladamente, não teriam condições de suprir os requisitos de habilitação previstos em edital;
- 11.4. O objeto em questão não demanda aglutinação de competências conexas e específicas em demasia, pois a contratada deve ter apenas competência para o serviço compatível;
- 11.5. A vedação de constituição de empresas em consórcio, para o caso concreto, é o que melhor atende o interesse público, por prestigiar os princípios da competitividade, economicidade e moralidade. A reunião de empresas em consórcio que, individualmente, poderiam prestar os serviços, reduziria o número de licitantes participantes e poderia, eventualmente, proporcionar a formação de conluíus/cartéis para manipular os preços nas licitações. Assim, no presente caso, a vedação de participação de consórcios visa afastar possível restrição à competição e proporcionar a obtenção de proposta mais vantajosa;

12. DOS ESCLARECIMENTOS E DA IMPUGNAÇÃO AO EDITAL

- 12.1. Qualquer cidadão é parte legítima para impugnar o edital de licitação por irregularidade, devendo protocolar o pedido até 05 (cinco) dias úteis antes da data fixada para a abertura da sessão pública, devendo a Administração julgar e responder a impugnação em até 03 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no § 1º do art. 87 da Lei nº 13.303/2016;
- 12.2. Qualquer licitante poderá impugnar o presente Edital, devendo protocolar a petição, no e-mail que consta no preâmbulo do edital, até o quinto dia útil que anteceder a data fixada para a apresentação dos envelopes, sob pena de decadência do direito.
- 12.3. A impugnação feita tempestivamente pela licitante não a impedirá de participar do processo licitatório até decisão definitiva a ela pertinente;
- 12.4. A decisão do pregoeiro sobre o julgamento da impugnação será disponibilizada eletronicamente, por email e no Painel de Licitações (www.licitacoes.pe.gov.br),

preferencialmente, até o dia anterior à data marcada para realização da apresentação dos envelopes podendo, tal comunicação, ser feita na própria sessão de abertura, fazendo-se o registro na ata.

- 12.5. Não serão conhecidas impugnações apresentadas em desacordo com as regras estabelecidas neste item ou fora do prazo e horário legal ou subscritos por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo para responder pelo proponente.
- 12.6. Os pedidos de esclarecimentos devem ser enviados ao Pregoeiro em até 5 (cinco) dias úteis antes da data fixada para a apresentação dos envelopes, exclusivamente para o e-mail da comissão, identificado no preâmbulo deste edital.
- 12.7. O pregoeiro disponibilizará a resposta aos pedidos de esclarecimentos por email e no Pannel de Licitações (www.licitacoes.pe.gov.br), o dia anterior à data limite para abertura da sessão pública.

13. DOS RECURSOS

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:

- a. habilitação ou inabilitação da licitante;
- b. julgamento das propostas;
- c. anulação ou revogação da licitação;
- d. indeferimento do pedido de inscrição em registro cadastral, sua alteração ou cancelamento;
- e. aplicação das penas de advertência, suspensão temporária ou de multa.

13.1.2. Caso todos os licitantes, em sessão pública, renunciem expressamente ao direito de recorrer, não será concedido posteriormente o prazo informado no subitem 13.1.1

13.1.3. 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.

13.2. Pedido de reconsideração, no prazo de 10 (dez) dias úteis, a contar da intimação do ato, no caso de declaração de inidoneidade por decisão da autoridade competente.

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

13.4. O recurso será dirigido à autoridade superior, por intermédio da que praticou o ato recorrido, a qual pode reconsiderar sua decisão, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, ou nesse mesmo prazo fazê-lo subir, devidamente informado.

13.4.1. A decisão deverá ser proferida no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contando do recebimento do recurso.

13.5. Os recursos interpostos em face dos atos de habilitação/inabilitação do licitante e de julgamento das propostas serão dotados de efeito suspensivo automático. Nas demais

situações, a critério da autoridade competente, poderá ser atribuído efeito suspensivo ao recurso, de forma motivada, desde que as razões de interesse público estejam presentes.,

13.6. No decorrer do prazo de apresentação do recurso, será garantido o acesso do licitante aos autos do processo licitatório.

13.7. O acolhimento do recurso importará tão somente a invalidação dos atos insuscetíveis de aproveitamento.

13.8. As razões dos recursos eventualmente interpostos contra atos praticados pela Comissão de Licitação, deverão ser encaminhados para o e-mail que consta no preâmbulo do edital até às 17 horas do último dia de prazo.

14. DA GARANTIA CONTRATUAL

14.1. O licitante vencedor deverá apresentar GARANTIA CONTRATUAL, através de caução em dinheiro ou Títulos da Dívida Pública ou Seguro-Garantia ou fiança bancária, estipulada em 5% (cinco por cento) do valor global do contrato, nos termos do artigo 156, § 2º, do regulamento de compras da EMPETUR;

14.2. Se escolhida na modalidade caução em dinheiro, a prestação da garantia deverá ser comprovada no momento da assinatura do contrato. Nas demais modalidades, a comprovação poderá ser realizada em até 05 (cinco) dias úteis, prorrogáveis por igual período, a critério do órgão contratante, contados da assinatura do contrato;

14.3. A garantia contratual deverá ter validade durante toda a vigência do CONTRATO;

14.4. Só serão aceitas a prestação de seguros-garantia e cartas de fiança bancária de agentes devidamente registrados e autorizados pela Superintendência de Seguros Privados - SUSEP e pelo Banco Central do Brasil, respectivamente;

15. DO CONTRATO

15.1. A licitante vencedora terá o prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da convocação da EMPETUR, para assinatura do contrato;

15.2. Qualquer solicitação de prorrogação do prazo supramencionado somente será analisada se apresentada antes do decurso do prazo para tal e devidamente fundamentada;

15.3. O contrato terá vigência de 12 (doze) meses, a contar da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado por períodos iguais, não excedendo o período máximo de até 05 (cinco) anos, nos termos do Artigo 71 da Lei Federal N° 13.303/2016;

15.4. Poderá ser acrescentada ao contrato a ser assinado qualquer vantagem apresentada pela licitante vencedora em sua proposta, desde que seja pertinente e compatível com os termos deste Edital, não represente quaisquer ônus para a Administração e a respectiva aceitação esteja devidamente fundamentada.

15.5. A vantagem porventura oferecida pela licitante vencedora e aceita pela Administração Pública não implicará a alteração da proposta nem do preço proposto.

15.6. A recusa injustificada da empresa vencedora em assinar o contrato, aceitar ou retirar o instrumento equivalente, dentro do prazo estabelecido acarretará a aplicação das penalidades estabelecidas pela Administração Pública.

15.7. No ato da contratação, se for o caso, a licitante deverá apresentar documento de procuração, devidamente reconhecido em cartório, que habilite o seu representante a assinar o contrato em nome da empresa.

15.8. A contratação será precedida da inscrição da licitante no CADFOR e da emissão de nota de empenho, sendo convocada a adjudicatária para assinatura do termo de contrato.

16. DO REAJUSTE E REVISÃO

16.1. O preço contratado poderá ser reajustado após decorridos 12 (doze) meses, contados a

partir da data limite para a apresentação da proposta ou do orçamento a que essa se referir, obedecendo ao Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA, fornecido pelo IBGE;

16.2. Havendo interesse das partes contratantes em prorrogar a avença, a empresa contratada deverá pleitear o reajuste dos preços até a data anterior à efetivação da prorrogação contratual, sob pena de, não o fazendo tempestivamente, ocorrer a preclusão do seu direito;

16.3. Será assegurado o restabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro inicial, na hipótese de sobrevirem fatos imprevisíveis, ou previsíveis, porém de consequências incalculáveis, retardadores ou impeditivos da execução do ajustado, ou, ainda, em caso de força maior, caso fortuito ou fato do príncipe, configurando álea econômica extraordinária e extracontratual, de acordo com o art. 81, inciso VI, § 7º, da Lei nº 13.303/2016;

17. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE E DA CONTRATADA

17.1. As obrigações da Contratante e da Contratada são as estabelecidas no Termo de Referência e na minuta do Contrato deste Edital.

18. DAS CONDIÇÕES DO PAGAMENTO

18.1. As condições de pagamento estão estabelecidas no Termo de Referência e na minuta do Contrato deste Edital.

19. DA GESTÃO E FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

19.1. Não obstante a CONTRATADA ser a única e exclusiva responsável por toda execução contratual, à CONTRATANTE é reservado o direito de, sem que de qualquer forma restringir a plenitude dessa responsabilidade, exercer a mais ampla e completa fiscalização, diretamente ou por prepostos designados;

19.2. A gestão e fiscalização do contrato serão exercidas por servidores designados pela CONTRATANTE;

19.3. O contrato será gerido pela Diretoria de Marketing da Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos – EMPETUR, tendo como gestor e fiscal os seguintes servidores:

- a) GESTOR: MÁRIO CAVALCANTI DE ALBUQUERQUE FILHO

CARGO: Gerente de Marketing

MATRÍCULA: 8462-0

E-MAIL: mario.albuquerque@empetur.pe.gov.br

Telefone: (81)3182.8199

- b) FISCAL: YANE CLAUDINO DOS SANTOS

CARGO: Executiva Sênior

MATRÍCULA: 8555-3

E-MAIL: yane.santos@empetur.pe.gov.br

Telefone: (81)3182.8199

19.4. CABE AO FISCAL DO CONTRATO:

- i. Responsabilizar-se pela vigilância e garantia da regularidade e adequação dos serviços;

- ii. Ter pleno conhecimento dos termos contratuais que irá fiscalizar, sobretudo de suas cláusulas, assim como das condições constantes do edital e seus anexos, com vistas a identificar as obrigações “*in concreto*”, tanto da CONTRATANTE quanto da CONTRATADA;
- iii. Conhecer e reunir-se com o preposto da CONTRATADA, com a finalidade de definir e estabelecer estratégias de execução do objeto, bem como traçar metas de controle, fiscalização e acompanhamento do contrato;
- iv. Disponibilizar toda a infraestrutura necessária, assim como definido no contrato e dentro dos prazos estabelecidos;
- v. Exigir da CONTRATADA o fiel cumprimento de todas as condições contratuais assumidas, constantes das cláusulas e demais condições do edital de licitação e seus anexos, planilhas, cronogramas, etc.;
- vi. Comunicar à administração a necessidade de alterações do quantitativo do objeto ou modificação da forma de execução em razão de fato superveniente ou de outro qualquer que possa comprometer a aderência contratual e seu efetivo resultado;
- vii. Recusar serviço irregular, não aceitando material diverso daquele que se encontra especificado no edital da licitação e respectivo contrato, assim como observar, para o correto recebimento, a hipótese de outro oferecido em proposta e com qualidade superior ao especificado e aceito pela Administração;
- viii. Comunicar por escrito qualquer falta cometido pela contratada;
- ix. Comunicar formalmente ao gestor do contrato as irregularidades cometidas passíveis de penalidade, após contatos prévios com a CONTRATADA;
- x. Controlar a qualidade e a quantidade dos materiais utilizados e dos serviços executados, rejeitando aqueles julgados não satisfatórios;
- xi. Exigir da CONTRATADA a modificação de metodologias inadequadas, para melhor qualidade na execução do objeto licitado;
- xii. Zelar pela fiel execução do objeto e pleno atendimento às especificações explícitas ou implícitas;
- xiii. Estabelecer diretrizes, dar e receber informações sobre a execução do contrato;
- xiv. Levar ao conhecimento dos seus superiores aquilo que ultrapassar às suas possibilidades de correção;

19.5. CABE AO GESTOR DO CONTRATO:

- i. Ter pleno conhecimento dos termos contratuais, sobretudo de suas cláusulas, assim como das condições constantes do edital e seus anexos;
- ii. Acompanhar e observar o cumprimento das cláusulas contratuais;
- iii. Orientar o fiscal do contrato à adequada observância das cláusulas contratuais;
- iv. Analisar os relatórios e documentos enviados pelos fiscais do contrato;

- v. Consolidar as avaliações recebidas e encaminhar as consolidações e os relatórios à CONTRATADA;
- vi. Emitir avaliação da qualidade do serviço;
- vii. Propor a aplicação de sanções administrativas pelo descumprimento das cláusulas contratuais apontadas pelos fiscais;
- viii. Solicitar abertura de processo administrativo visando à aplicação das penalidades cabíveis, garantindo a defesa prévia à CONTRATADA;
- ix. Apurar os percentuais de descontos da fatura correspondente; Atestar as Notas Fiscais referentes aos serviços efetivamente prestados;
- x. Providenciar o pagamento das faturas emitidas pela contratada, mediante a observância das exigências contratuais e legais;
- xi. Manter atualizado o controle dos pagamentos efetuados, observando que o valor do contrato não seja ultrapassado;

20. DO PRAZO E CONDIÇÕES PARA ENTREGA/EXECUÇÃO DO OBJETO

20.1. No prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, a CONTRATADA deverá comprovar manter sede ou escritório ou sucursal e/ou preposto na Região Metropolitana do Recife;

20.2. Todos os serviços prestados pela CONTRATADA deverão ser precedidos da apresentação do competente projeto de apropriação de custos, no prazo de até 10 (dez) dias úteis, a contar da data da solicitação, obedecendo os seguintes critérios:

20.2.1. PARA PROJETOS DE BAIXA COMPLEXIBILIDADE - até R\$50.000,00 (cinquenta mil reais): Prazo de 03 (três) dias úteis;

20.2.2. PARA PROJETOS DE MÉDIA COMPLEXIBILIDADE - até R\$100.000,00 (cem mil reais): Prazo de 05 (cinco) dias úteis;

20.2.3. PARA PROJETOS DE ALTA COMPLEXIBILIDADE - acima de R\$100.000,00 (cem mil reais): Prazo de 10 (dez) dias úteis;

20.3. A aprovação dos projetos ficará condicionada ao atendimento dos requisitos de funcionalidade da ação e economicidade dos preços ofertados, podendo ser solicitado à CONTRATADA a produção de novo projeto e/ou orçamento, até a aprovação final, no prazo de até 05 (cinco) dias, a contar da data de solicitação, obedecendo os seguintes critérios:

20.3.1. PARA PROJETOS DE BAIXA COMPLEXIBILIDADE - até R\$50.000,00 (cinquenta mil reais): Prazo de 02 (dois) dias úteis;

20.3.2. PARA PROJETOS DE MÉDIA COMPLEXIBILIDADE - até R\$100.000,00 (cem mil reais): Prazo de 03 (três) dias úteis;

20.3.3. PARA PROJETOS DE ALTA COMPLEXIBILIDADE - acima de R\$100.000,00 (cem mil reais): Prazo de 05 (cinco) dias úteis;

20.3.4. Após aprovação da EMPETUR, através da sua Diretoria de Marketing, será expedida de uma Ordem de Execução de Serviços (AUTORIZAÇÃO DE TRABALHO), conforme modelo a ser definido pela CONTRATANTE, onde

constarão as especificações dos serviços, os preços (planilha de custos/orçamento) e os prazos de execução, devendo o valor de cada um dos serviços ser orçado em função dos custos respectivos, obedecendo-se, rigorosamente, à sua compatibilidade com os preços de mercado, sob pena de responsabilidade civil;

20.4. Os serviços deverão ser executados e entregues, conforme venham a ser solicitados pela EMPETUR, através da Diretoria de Marketing, no prazo estabelecido na Ordem de Execução de Serviços, a contar da emissão da mesma;

20.5. Os atrasos ocasionados por motivo de força maior ou caso fortuito, desde que notificados, no prazo de 48h (quarenta e oito horas), e aceitos pela CONTRATANTE, não serão considerados inadimplemento contratual;

20.6. Todos os serviços realizados deverão ser documentados através da apresentação dos respectivos comprovantes de produção e cópias das faturas emitidas pelos fornecedores;

20.7. Os serviços deverão ser executados pela CONTRATADA, com o fornecimento de toda mão de obra, materiais, equipamentos e demais despesas necessárias à execução do objeto, sendo permitida a subcontratação parcial dos SERVIÇOS COMPLEMENTARES necessários ao cumprimento do objeto licitado, desde que previamente submetida à anuência da EMPETUR, ficando a CONTRATADA responsável pela integral execução da subcontratação, arcando integralmente com os encargos de qualquer natureza, dela decorrentes;

20.8. Somente Pessoas Físicas ou Jurídicas previamente cadastradas pela CONTRATANTE poderão fornecer à CONTRATADA bens e/ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato;

20.9. O fornecimento de bens e/ou serviços especializados, na conformidade do previsto no subitem anterior, exigirá sempre a apresentação, pela CONTRATADA à CONTRATANTE, de 03 (três) orçamentos obtidos no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

20.10. A CONTRATADA deverá, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos após o encerramento do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e memoriais das ações de marketing promocional produzidas;

20.11. Os originais dos materiais promocionais desenvolvidos para a execução dos serviços (arte, plantas, filmes, etc.), inclusive fotos e imagens compradas para uso em materiais e ações promocionais, ficarão sob a guarda da CONTRATADA, mas disponíveis a qualquer tempo para a EMPETUR, que poderá, a seu critério, requisitar cópias dos originais para comprovação da prestação dos serviços e arquivo próprio, vedado a transferência a agentes de qualquer espécie e uso, além das finalidades solicitadas em plano de marketing promocional específico;

20.12. Quanto aos DIREITOS AUTORAIS, serão observadas as seguintes disposições:

20.12.1. AS CONTRATADAS cedem à CONTRATANTE, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso de ideias (incluindo os estudos, análises e planos), peças (material promocional, plantas, esquemas eletrônicos e multimídia) e quaisquer outras modalidades de ações de marketing promocional existentes, ou que venham a ser inventadas, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste contrato;

20.12.2. A cessão de que trata a alínea anterior "20.12.1." será por tempo indeterminado, ficando vedada às CONTRATADAS a cobrança de qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato;

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

20.12.4. A juízo da CONTRATANTE, as peças e ações criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos e/ou entidades do Governo do Estado de Pernambuco, sem que caiba a eles ou à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA;

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

20.12.6. O produto final decorrente da execução do objeto desta licitação será de propriedade do Governo do Estado de Pernambuco, sendo, portanto, proibida a sua divulgação por qualquer meio ou sua reprodução, total ou parcial, sem expressa autorização, ficando a(s) CONTRATADA(S), em caso de descumprimento, sujeita(s) às penalidades aplicáveis;

20.13. Os produtos poderão ser objetos de inspeção, que será realizada pelo servidor designado, que deverá observar:

20.13.1. Comprovação de que o produto atende às especificações mínimas exigidas neste Termo de Referência;

20.13.2. Verificação do estado geral, quantidade e possíveis avarias;

20.14. Os produtos deverão estar em perfeito estado, obedecendo às legislações vigentes;

20.15. O recebimento do objeto estará rigorosamente condicionado à verificação do atendimento às especificações contidas neste Termo de Referência e no Edital de Licitação;

20.16. Será considerada recusa formal a não substituição de objetos defeituosos;

20.17. Realizar as entregas conforme as necessidades da CONTRATANTE;

20.18. A solicitação será realizada mediante apresentação de documento oficial e/ou e-mail corporativo, expedido por parte da CONTRATANTE à CONTRATADA e acompanhado do controle do tipo "Conta Corrente" das entregas realizadas;

20.19. A CONTRATADA deverá prestar os serviços sempre de acordo com os prazos, formato e quantitativo determinados no documento oficial enviado pela CONTRATANTE e especificações descritas no Termo de Referência e seus subitens;

21. DA RESCISÃO DO CONTRATO

21.1. A inexecução total ou parcial do objeto da licitação ensejará a rescisão do contrato, conforme disposto na Lei Federal nº 13.303/2016 e demais legislações cabíveis bem como previsto no Regulamento de Compras da EMPETUR.

21.2. Constituem motivos para rescisão do contrato:

- a) o não cumprimento ou o cumprimento irregular de cláusulas contratuais, especificações ou prazos;
- b) a lentidão do seu cumprimento, levando a Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos S/A a comprovar a impossibilidade da conclusão do serviço, nos prazos estipulados;
- c) o atraso injustificado no início do serviço;

- d) a paralisação do serviço, sem justa causa e prévia comunicação à Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos S/A;
 - e) a subcontratação total ou parcial do seu objeto, a associação do contratado com outrem, a cessão ou transferência, total ou parcial, bem como a fusão, cisão ou incorporação, não comunicadas e aceitas pela Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos S/A;
 - f) o desatendimento das determinações regulares da autoridade designada para acompanhar e fiscalizar a sua execução, assim como as de seus superiores;
 - g) o cometimento reiterado de faltas na sua execução, anotadas na forma do art. 160 do Regulamento de Compras da EMPETUR;
 - h) a decretação de falência ou a instauração de insolvência civil;
 - i) a dissolução da sociedade ou o falecimento do contratado;
 - j) a alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da empresa, que prejudique a execução do contrato;
 - k) razões de interesse público, de alta relevância e amplo conhecimento, justificadas e determinadas pela máxima autoridade da esfera administrativa a que está subordinado a contratante e exaradas no processo administrativo a que se refere o contrato;
- 21.3. a supressão, por parte da Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos S/A, de serviços, acarretando modificação do valor inicial do contrato além do limite permitido;
- 21.4. a suspensão de sua execução, por ordem escrita da Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos S/A, por prazo superior a 120 (cento e vinte) dias, salvo em caso de calamidade pública, grave perturbação da ordem interna ou guerra, ou ainda por repetidas suspensões que totalizem o mesmo prazo, independentemente do pagamento obrigatório de indenizações pelas sucessivas e contratualmente imprevistas desmobilizações e mobilizações e outras previstas, assegurado ao contratado, nesses casos, o direito de optar pela suspensão do cumprimento das obrigações assumidas até que seja normalizada a situação;
- 21.5. o atraso superior a 90 (noventa) dias dos pagamentos devidos pela Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos S/A decorrentes de obras, serviços ou fornecimento, ou parcelas destes, já recebidos ou executados, salvo em caso de calamidade pública, grave perturbação da ordem interna ou guerra, assegurado ao contratado o direito de optar pela suspensão do cumprimento de suas obrigações até que seja normalizada a situação;
- 21.6. a não liberação, por parte da Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos S/A, de área, local ou objeto para execução do serviço, nos prazos contratuais.
- 21.7. a ocorrência de caso fortuito ou de força maior, regularmente comprovada, impeditiva da execução do contrato;
- 21.8. Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do processo, assegurado o contraditório e a ampla defesa;
- 21.9. O presente Contrato poderá ser rescindido unilateralmente pela EMPETUR, ocorrendo uma das hipóteses previstas, ou ainda, distratado, observando-se:

- a) Sendo a rescisão de iniciativa da EMPETUR, ou seja, unilateral, a CONTRATADA será notificada com antecedência mínima de 10 (dez) dias, a fim de que seja exercido o seu direito à ampla defesa e ao contraditório;
- b) Declarada a dissolução, via distrato, à CONTRATADA, caberá receber, tão-somente, o valor dos serviços até então executados;
- c) Em caso algum a EMPETUR pagará indenização a CONTRATADA por encargos ou obrigações de ordens trabalhistas, previdenciárias, fiscais ou comerciais, resultantes da execução deste Contrato que é de sua exclusiva responsabilidade.

21.10. A rescisão do contrato, por culpa do contratado, sem prejuízo das sanções previstas na Lei nº 13.303/2016 e no Regulamento de Compras da EMPETUR, permite à Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos S/A:

I – executar a garantia contratual, para eventuais ressarcimentos, bem como para o adimplemento de multas e indenizações porventura devidas pela CONTRATADA;

II - reter créditos decorrentes do contrato até o limite dos prejuízos causados à Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos S/A.

21.11. Independentemente de culpa da CONTRATADA, a rescisão do contrato possibilita à Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos S/A assumir imediatamente o objeto da contratação, no estado e local em que se encontrar, que poderá dar continuidade à obra ou ao serviço por execução direta ou indireta.

21.12. É facultado à Administração, no caso de recuperação judicial do contratado, manter o contrato, podendo assumir o controle de determinadas atividades de serviços essenciais.

22. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

22.1. As despesas decorrentes dessa contratação são estimadas em R\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais) estão programadas em dotação orçamentária própria, prevista no orçamento do Estado de Pernambuco para o exercício de 2021;

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

Fonte: 101 – Recursos do Tesouro;

Unidade: 0603 – Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos – EMPETUR;

Atividade: 23.695.004.4312.0000 – Programa de Trabalho: Promoção de Pernambuco com destino Turístico;

23. DA REFERÊNCIA DE TEMPO

23.1. Todas as referências de tempo previstas neste Edital, no Aviso e durante a sessão pública observarão obrigatoriamente o horário de Brasília – DF e, dessa forma.

23.2. As sessões serão iniciadas, processadas e concluídas em dias úteis no período de 08h às 12 horas e de 13h às 17 horas.

23.3. Serão considerados como dias não úteis os sábados, domingos, feriados nacionais, estaduais e demais feriados e pontos facultativos publicados em Diário Oficial que influam no horário de funcionamento da sede da EMPETUR.

- 23.4. Sessões já iniciadas poderão ser suspensas, cabendo a presidente/pregoeiro informar, a data e horário para retomada da sessão.
- 23.5. Em caso de suspensão, quando da retomada da sessão, os prazos concedidos serão restituídos por tempo igual ao que faltava para sua complementação.
- 23.6. Os prazos para entrega da proposta e documentos serão sempre contados da notificação pelo pregoeiro. A entrega também será considerada tempestiva quando praticada antes do termo inicial do prazo.

24. DAS PENALIDADES

24.1. Constituem ilícito administrativo, sem prejuízo das sanções penais cabíveis:

- a) O desatendimento injustificado das obrigações assumidas;
- b) A não celebração do contrato, mediante convocação dentro do prazo de validade da proposta;
- c) Deixar de entregar ou apresentar documentação falsa exigida para o certame;
- d) Ensejar o retardamento da execução de seu objeto;
- e) Não manter a proposta;
- f) Falhar ou fraudar na execução do contrato;
- g) Comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude fiscal;

24.2. Serão aplicadas à CONTRATADA, caso incorra nas faltas referidas no subitem anterior, segundo a natureza e a gravidade da falta, assegurados a ampla defesa e o contraditório, as sanções previstas nos arts. 83 e 84 da Lei federal nº 13.303/2016;

24.3. Nas hipóteses previstas no subitem 24.1, a CONTRATADA poderá apresentar sua defesa no prazo de 10 (dez) dias úteis, contados da notificação do ato, sendo facultada a produção de todas as provas admitidas em direito, por iniciativa própria e às suas expensas;

24.4. A inexecução contratual, inclusive por atraso injustificado na execução do contrato, sujeitará a CONTRATADA, além das sanções referidas no subitem 24.2, as seguintes penalidades:

- a) Advertência;
- b) Multa de 0,1% (zero vírgula um por cento) por dia de atraso, sobre o valor total do serviço entregue em atraso;
- c) Multa de 10% (dez por cento) sobre o valor total do serviço entregue, quando o atraso for superior a 30 (trinta) dias. A aplicação da multa prevista neste item não excluirá a aplicação da multa contida no item anterior;

24.5. Suspensão temporária do direito de licitar e de contratar com a Administração por período não superior a 02(dois) anos e, se for o caso, descredenciamento no CADFOR pelo prazo de até 05(cinco) anos ou enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou, ainda, até que seja promovida a reabilitação perante a autoridade que aplicou a penalidade;

- 24.6. A inexecução total ou parcial das obrigações contidas no instrumento contratual ensejará a sua rescisão e as consequências previstas em lei;
- 24.7. A aplicação de multa não excluirá a aplicação de outras penalidades previstas em lei;
- 24.8. As multas serão descontadas do pagamento, cobradas administrativamente, ou ainda, quando for o caso, judicialmente, pelo rito e com os encargos da execução fiscal;
- 24.9. A aplicação das penalidades acima descritas, far-se-á após a realização de regular processo administrativo;
- 24.10. A suspensão de participação em licitação e o impedimento de contratar com a Administração serão graduados pelos seguintes prazos, observando limite estabelecido no Inciso III, Art. 83, Lei Federal nº 13.303/16:
- I. 6 (seis) meses, no caso de:
 - a) Aplicação de duas penas de advertência, no prazo de 12 (doze) meses, sem que a CONTRATADA tenha adotado as medidas corretivas no prazo determinado pela Administração;
 - b) Alteração da quantidade ou qualidade do serviço executado;
 - II. 12 (doze) meses, no caso de retardamento imotivado da execução de obra, de serviço, de suas parcelas ou do fornecimento de bens;
 - III. 24 (vinte e quatro) meses, no caso de:
 - a) Entregar como verdadeira mercadoria falsificada, adulterada, deteriorada ou danificada;
 - b) Paralisação do serviço, de obra ou de fornecimento de bens sem justa fundamentação e prévia comunicação à Administração;
 - c) Praticar ato ilícito visando frustrar os objetivos da licitação no âmbito da Administração Estadual;
- 24.11. A aplicação das sanções a que se sujeita a CONTRATADA, inclusive a de multa, aplicada nos termos do item 24.4, não impede que a CONTRATANTE rescinda unilateralmente o contrato e aplique as demais sanções previstas na legislação de regência;
- 24.12. Todas as penalidades previstas serão aplicadas por meio de processo administrativo, sem prejuízo das demais sanções civis ou penais estabelecidas em lei;
- 24.13. A sanção de multa poderá ser aplicada à CONTRATADA juntamente com a de impedimento de licitar e contratar estabelecida no subitem "24.5." desta cláusula;
- 24.14. Nenhuma penalidade será aplicada sem o devido Processo Administrativo de Aplicação de Penalidade PAAP, devendo ser observado o disposto no Decreto Estadual nº 42.191/2015;

- 24.15. A critério da autoridade competente, o valor da multa poderá ser descontado do pagamento a ser efetuado ao contratado, inclusive antes da execução da garantia contratual exigida, quando esta não for prestada sob a forma de caução em dinheiro;
- 24.16. Caso o valor a ser pago ao contratado seja insuficiente para satisfação da multa, a diferença será descontada da garantia contratual exigida;
- 24.17. Caso a faculdade prevista no subitem 24.15 não tenha sido exercida ou verificada a insuficiência da garantia exigida para satisfação integral da multa, o saldo remanescente será descontado de pagamentos devidos ao contratado;
- 24.18. Após esgotados os meios de execução direta da sanção de multa indicados nos itens anteriores, o contratado será notificado para recolher a importância devida no prazo de 15 (quinze) dias, contados do recebimento da comunicação oficial;
- 24.19. Decorrido o prazo previsto no subitem 24.18, a contratante encaminhará a multa para cobrança judicial;
- 24.20. Caso o valor da garantia exigida seja utilizado, no todo ou em parte, para o pagamento da multa, esta deve ser complementada pelo contratado no prazo de até 10 (dez) dias úteis, a contar da solicitação da CONTRATANTE;
- 24.21. A Administração poderá, em situações excepcionais devidamente motivadas, efetuar a retenção cautelar do valor da multa antes da conclusão do procedimento administrativo;

25. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

- A divulgação de informações referentes a esta licitação, como os resultados de habilitação, de
- 25.1. julgamento das propostas e de recursos interpostos serão publicados por meio da imprensa oficial e pela internet através do endereço: <http://www.licitacoes.pe.gov.br>
- 25.2. A licitante é responsável pela fidelidade e legitimidade das informações prestadas e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação. A falsidade de qualquer documento apresentado ou a inverdade das informações nele contidas implicará a imediata desclassificação da proponente que o tiver apresentado, ou, caso tenha sido a vencedora, a rescisão do contrato, sem prejuízo das demais sanções cabíveis.
- 25.3. A participação da licitante nesta licitação implica a aceitação de todos os termos deste Edital.
- 25.4. Em caso de divergência entre o Termo de Referência e o Edital de Licitação, prevalece o Edital.
- 25.5. Em caso de comprovação de que o serviço prestado difere em qualquer aspecto do serviço contratado, a Contratante poderá exigir a correção, sem qualquer ônus para si, e ainda deverá ser ressarcida de quaisquer prejuízos que a má prestação do serviço tem lhe causado.
- 25.6. A contratada fica obrigada a manter durante a execução deste instrumento, todas as condições de habilitação e qualificação estipuladas para participação na licitação.
- 25.7. A Comissão de Licitação/Pregoeiro não se responsabilizará por informações que não lhe forem entregues ou que forem apresentadas em desacordo com o edital.

25.8. É facultado à Comissão Especial de Licitação ou autoridade superior, em qualquer fase da licitação, promover diligências destinadas a esclarecer ou complementar a instrução do processo, vedada à inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originariamente da proposta.

25.8.1 No uso da prerrogativa acima mencionada, a Comissão Especial de Licitação poderá solicitar, a qualquer tempo, os originais de procurações, documentos de habilitação, documentos que integrem as propostas dos licitantes e quaisquer outros cujas cópias sejam apresentadas durante o processo licitatório.

25.9 As solicitações de cópia(s) de quaisquer documentos do processo deverão ser encaminhadas para o e-mail informado no preâmbulo deste Edital, com antecedência mínima de 24 (vinte e quatro) horas para a sua disponibilização.

25.10 Os casos omissos neste Edital serão decididos com base na Lei nº 13.303/2016 e demais normas que regem a matéria.

26. DO FORO

Fica eleito o foro do Olinda - PE para dirimir qualquer dúvida oriunda da execução deste instrumento, com renúncia expressa de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

Olinda, 22 de setembro de 2021.

Isabela Cunha de Figueirêdo Ottoni
Presidente/Pregoeira CPL EMPETUR

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 0031.2021.CPL.CC.0001.EMPETUR
ANEXO II – TERMO DE REFERÊNCIA

Fazem parte deste Termo de Referência os seguintes anexos assinados por referência:

- ANEXO I - BRIEFING (11284303)
- ANEXO II - MODELO DE PROPOSTA FINANCEIRA (11285636)

1. DO OBJETO

Constitui objeto deste termo de referência a contratação de empresa especializada EM MARKETING PROMOCIONAL, para atendimento às demandas da Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos - EMPETUR.

2. DA JUSTIFICATIVA

Órgão responsável pela gestão do turismo em Pernambuco, a Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos – EMPETUR, através da sua Diretoria de Marketing, tem como objetivo maior a promoção do Estado como destino turístico, através da estruturação dos nossos municípios, ações de marketing, de encantamento, de captação, realizações e participações em feiras, exposições, congressos, seminários, treinamentos, capacitações, *roadshows*, *famtour*, *fampress*, eventos do segmento e outros eventos de promoção e negócios.

É através desta divulgação e da montagem de ações inseridas neste contexto que a EMPETUR tem um dos principais instrumentos à sua disposição para estimular o incremento do fluxo turístico em direção a todos os destinos da indústria local do turismo. A promoção do produto turístico depende da implementação destas ações distintas e complementares que, em conjunto, compõem o PLANO DE MARKETING PROMOCIONAL para o turismo em Pernambuco. O planejamento, a realização e a avaliação sistemática das ações de marketing promocional representam alguns dos esforços necessários para um posicionamento competitivo do Estado de Pernambuco no mercado turístico.

Os eventos que compõem o calendário turístico nacional mostram-se como o cenário mercadológico onde os órgãos de turismo e a iniciativa privada se apresentam para os distribuidores, agentes e operadores, e, conforme a característica do evento, para o consumidor final e/ou investidor, com o objetivo de vender os destinos turísticos, os produtos e os serviços. Da mesma forma, o calendário internacional dispõe de feiras, exposições, congressos, seminários, treinamentos, capacitações, rodadas de negócios e similares que, assim como seus congêneres nacionais, servem de instância mediadora entre os principais atores da indústria internacional do turismo. Tendo em vista que o turismo reúne em torno de 52 atividades turísticas, as realizações apropriadas de promoções que exponham o turismo em Pernambuco à apreciação dos estrangeiros podem significar grandes transformações econômicas, sociais e culturais, impulsionando novas atividades de desenvolvimento dos negócios na região e gerando um movimento de atração de novos investimentos.

A contratação de uma empresa especializada em marketing promocional trará benefícios imediatos às suas atribuições diretas, visto que as ações e projetos de responsabilidade da EMPETUR, sobretudo os relativos ao desenvolvimento do turismo, serão realizados por especialistas em cada segmento demandado, refletindo na percepção da população e dos públicos dos diversos destinos do Estado, no que se refere às suas características, infraestrutura implantada e diferenciais de mercado. Essa metodologia permitirá ao Governo do Estado de Pernambuco, através da EMPETUR, realizar determinadas ações que exigem maior desenvolvimento de estratégia, conceito e logística, com plenitude e competência em técnica de planejamento, criação e execução.

Outra vantagem auferida é a economicidade, a partir da adoção de referências e padronização de preços e custos, de modus operandi e imagem da instituição pública na realização de ações de marketing promocional. Desse modo, reveste-se de sentido e importância uma estratégia para ações da gestão

estadual, obtendo-se um caráter permanente na concepção e planejamento de estratégias de médio e longo prazo que venham ao encontro das necessidades da EMPETUR.

Além dos benefícios anteriores, esta contratação possibilita trabalhar com eficácia, conceitos e estratégias fundamentais em marketing promocional, que são a segmentação dos públicos, foco no serviço e resultado a ser alcançado, tratando com especialistas capazes de trazer racionalização dos trabalhos e evitando a dispersão de recursos em ações isoladas e sem coordenação.

Por fim, a Diretoria de Marketing da EMPETUR entende que a construção deste instrumento se justifica pela possibilidade de condições de igualdade e concorrência leal por parte das instituições participantes do processo e pelos benefícios adquiridos com a profissionalização das ações de marketing promocional com a contratação de uma empresa especializada, com reconhecida experiência na realização de projetos e promoções de todos os portes, ao tempo que se desburocratizam as ações administrativas e orçamentárias necessárias para a efetivação das ações de marketing promocional, representando um avanço na gestão pública.

3. DA ESPECIFICAÇÃO DO OBJETO:

3.1. Considera-se marketing promocional a atividade do marketing aplicada a produtos, serviços, marcas e instituições, utilizando-se de serviços especializados em que se aplicam técnicas, meios, instrumentos e equipamentos, ou qualquer outro serviço, para realização de projetos e promoções de todos os portes, participação, organização e implementação de feiras, exposições, convenções, seminários, reuniões, encontros, fóruns, simpósios, congressos, cursos, festivais, gincanas, desfiles, festejos, certames, shows, patrocínios, copas e circuitos, e projetos de qualquer natureza, incluindo-se os culturais, esportivos, sociais, corporativos e públicos, para alcançar objetivos estratégicos de construção de marca, vendas e fidelização, estabelecer e estreitar relacionamentos, estimular conhecimento, experimentação, interação, engajamento ou propiciar a vivência de situações positivas com a marca, conceitos ou políticas públicas;

3.2. Constitui objeto deste Termo de Referência a contratação de empresa especializada em MARKETING PROMOCIONAL, para prestação de serviços de produção e operacionalização de feiras, seminários, *roadshows*, *famtour*, *fampress* e ações de encantamento, captação, treinamentos, capacitações e outros eventos de promoção e negócios, sob demanda de participação, concepção, planejamento, organização, coordenação e avaliação de ações, com viabilização de infraestrutura e de apoio logístico, com prestação de serviços de atendimento, em Pernambuco e nos demais estados do Brasil e/ou fora do país, conforme especificações e exigências aqui estabelecidas, para atender aos interesses do Governo de Pernambuco pela promoção do estado como destino turístico, nos eventos que a Secretaria de Turismo e Lazer realiza, co-realiza, participa e coparticipa, através da Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos – EMPETUR;

3.3. O objeto a ser executado compreende as atividades abaixo relacionadas:

3.3.1. Atividades de planejamento, desenvolvimento, e elaboração – em conjunto com a Diretoria de Marketing da EMPETUR – do PLANO DE MARKETING PROMOCIONAL para divulgação dos destinos turísticos do Estado de Pernambuco e seus equipamentos;

3.3.2. O estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, dentre outros de natureza intelectual, e a execução de projetos de marketing promocional, compreendendo o PLANO DE MARKETING PROMOCIONAL dos destinos turísticos do Estado de Pernambuco, incluindo promoção e participação de eventos do segmento, a partir das

orientações contidas no presente Termo de Referência, e de aspectos de criatividade e funcionalidade;

- 3.3.3. Todo o trabalho de criação e fornecimento de artes e peças promocionais, produção, armazenamento, logística, etc.;
- 3.3.4. Realização das ações promocionais e de eventos em território nacional e internacional, de interesse de promoção turística do Estado, como eventos de públicos, workshops, seminários, *roadshows*, *famtour*, *fampress*, ações em shoppings e aeroportos, eventos com operadoras de turismo, eventos gastronômicos, receptivo de cruzeiros, etc., incluindo todo o apoio logístico necessário à sua boa execução, bem como atividades que venham a dar melhor eficiência e profissionalismo ao evento contratado, podendo, para tanto, intermediar a contratação de serviços auxiliares que se fizerem necessários à plena execução do objeto, na forma da Instrução Normativa N°07/2018, da Secretaria Geral da Presidência da República (13504936), pela qual foram estabelecidas regras para os contratos de live marketing e marketing promocional, à luz dos princípios e normas constantes na Lei nº 8.666/93, na Lei 12.232/2010, e na Lei nº 13.303/2016;
- 3.3.5. Participação e operacionalização das ações promocionais e eventos, compreendendo o oferecimento de todos os serviços complementares necessários, incluindo montagem, desmontagem, aluguel e manutenção dos espaços/ equipamentos/ estruturas/ estandes, e demais elementos que irão compor as estratégias/projetos, recepcionistas, promotores, técnicos e recursos humanos para a equipe e serviços de apoio e manutenção das ações, fornecimento de alimentos e bebidas (quando previstos), locação de veículos, locação de espaços, transporte da equipe e dos materiais (aéreo e/ou terrestre), dentre outros inerentes à execução de eventos deste porte, no país e fora dele;
- 3.3.6. Contratação de atrações, incluindo contratação artística e de formadores de opinião, como cantores, atores, apresentadores, palestrantes, conjuntos musicais e artísticos, *digital influencers*, celebridades, personalidades, etc., para agregar valor e dar visibilidade à ação, inclusive de mídia espontânea;
- 3.3.7. Criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de promoção, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e ações junto a público de interesse;
- 3.3.8. Serviços de produção de vídeos, jingles e de produção gráfica para a produção de materiais promocionais, painéis, totens, banners, e, ainda, qualquer outro serviço de comunicação visual promocional imprescindível à realização das ações;
- 3.3.9. Fornecimento de equipamentos de audiovisual, comunicação, informática, elétricos e outros;
- 3.3.10. Produção de brindes e materiais de suporte à promoção (uniformes, etc.);
- 3.3.11. Registro e prestação de contas: Elaboração de produtos das ações executadas como relatórios, pós-vendas, sumários executivos, atas e anais;

- 3.4. A contratação desses serviços tem como objetivo fortalecer marcas turísticas, difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, estreitar o relacionamento do órgão/entidade com os públicos de interesse;
- 3.5. O planejamento, previsto no subitem 3.3.2., objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações promocionais para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados, e deve prever, sempre que possível, indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.
- 3.6. Os serviços previstos no subitem 3.3.2. não abrangem atividades com natureza não compatível com o objeto da contratação ou sem vínculo com a ação promocional da EMPETUR, no seu relacionamento com públicos de interesse.
- 3.7.

CÓDIGO DO E-FISCO	DESCRIÇÃO DOS SERVIÇOS	QUANTIDADE	UNIDADE
522491-8	SERVIÇO DE GESTÃO EM COMUNICAÇÃO – Do tipo serviço de marketing promocional, incluindo produção, planejamento, organização, coordenação, viabilização de infraestrutura, apoio logístico, a nível nacional e internacional	01	ANO

4. DA MODALIDADE DA LICITAÇÃO

- 4.1. Concorrência;

5. DO REGIME DE EXECUÇÃO

- 5.1. Execução Indireta;
- 5.2. Empreitada por preço unitário;

6. DO VALOR ESTIMADO

- 6.1. O valor global estimado da contratação é de **R\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais)**;
- 6.2. O valor global estimado foi baseado em contratos anteriores, considerando os efeitos provenientes da emergência sanitária decorrente da pandemia causada pelo Coronavírus (COVID-19) e da necessidade de um maior investimento no período pós-pandêmico para retomada da economia, visto que turismo é uma importante atividade econômica mundial, com potencial de crescimento contínuo e geração de empregos e renda;

7. DO REAJUSTE E REVISÃO

- 7.1. O preço contratado poderá ser reajustado após decorridos 12 (doze) meses, contados a partir da data limite para a apresentação da proposta ou do orçamento a que essa se referir, obedecendo ao Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA, fornecido pelo IBGE;

- 7.2. Havendo interesse das partes contratantes em prorrogar a avença, a empresa contratada deverá pleitear o reajuste dos preços até a data anterior à efetivação da prorrogação contratual, sob pena de, não o fazendo tempestivamente, ocorrer a preclusão do seu direito;
- 7.3. Será assegurado o restabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro inicial, na hipótese de sobrevirem fatos imprevisíveis, ou previsíveis, porém de consequências incalculáveis, retardadores ou impeditivos da execução do ajustado, ou, ainda, em caso de força maior, caso fortuito ou fato do príncipe, configurando álea econômica extraordinária e extracontratual, de acordo com o art. 81, inciso VI, § 7º, da Lei nº 13.303/2016;

8. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

- 8.1. As despesas decorrentes dessa contratação estão programadas em dotação orçamentária própria, prevista no orçamento do Estado de Pernambuco para o exercício de 2021;
- 8.2. Os créditos orçamentários para a realização dos serviços objeto desta licitação correrão por conta da seguinte dotação orçamentária:
 - 8.2.1. Fonte: 101 – Recursos do Tesouro;
 - 8.2.2. Unidade: 0603 – Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos – EMPETUR;
 - 8.2.3. Atividade: 23.695.004.4312.0000 – Programa de Trabalho: Promoção de Pernambuco com destino Turístico;

9. DA QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

- 9.1. Comprovação de aptidão da LICITANTE para desempenho de atividades pertinentes e compatíveis, em características e prazos, com o objeto desta licitação, observando-se o seguinte:
 - 9.1.1. A comprovação de aptidão referida no item acima deverá ser feita a partir de, pelo menos, um atestado fornecido por pessoa jurídica de direito público ou privado em nome da empresa licitante, aceitando-se para tal a comprovação de serviços similares ou de mesma complexidade tecnológica;
 - 9.1.2. Será considerado compatível com a quantidade o(s) atestado(s) que apresentar(em), no mínimo, 40% (quarenta por cento) do valor estimado no Termo de Referência para o item a ser licitado, ficando estabelecido que os arredondamentos dos cálculos serão sempre para baixo a favor da competitividade;
 - 9.1.3. Para efeito do **ITEM 9.1.2.**, será admitido o somatório dos valores das quantidades dos atestados fornecidos;
 - 9.1.4. Será considerado compatível com o objeto da licitação os atestados provenientes da prestação de serviços de Marketing Promocional;
 - 9.1.5. Não serão aceitos atestados emitidos pela licitante, em seu próprio nome, nem qualquer outro em desacordo com as exigências do Edital;

9.1.6. Comprovação de registro no sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas do Ministério do Turismo – CADASTUR, mediante apresentação de certificado válido, conforme Lei N° 11.771/2008, Decreto N° 7.381/2010 e Portaria N° 130/2011;

10. DA SUBCONTRATAÇÃO E CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS COMPLEMENTARES

- 10.1. É vedada a subcontratação de outra agência de promoção para a execução dos serviços compreendidos como núcleo duro do objeto do presente Termo de Referência, conforme §2º do art. 13 e art. 42 da IN 07/2018;
- 10.2. Nos contratos de promoção, a subcontratação não é permitida quanto aos denominados produtos e serviços essenciais, considerados estes como: “aqueles que contemplam o conhecimento ou competência básica da contratada na execução do objeto do contrato, cujos itens deverão ser previamente especificados e precificados pelo contratante, com os respectivos quantitativos estimados de execução, como forma de adotar-se unidade de medida que permita a mensuração dos resultados para pagamento da contratada”;
- 10.3. O estudo do projeto, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, dentre outros de natureza intelectual, prestados pela agência, não podem ser objeto de subcontratação;
- 10.4. As atividades complementares, indispensáveis à materialização do projeto inicialmente concebido, serão objeto de novas contratações a prestadores de serviços e fornecedores, que ficarão responsáveis pela entrega do produto final, figurando a agência como intermediária e supervisora da denominada “execução externa” do produto;
- 10.5. É comum a esse tipo de ajuste a realização de novas contratações, por exemplo, da produção, da execução técnica, de artistas, materiais, equipamentos e novas tecnologias, enfim, de tudo o que for necessário para a materialização da ideia inicialmente concebida;
- 10.6. As empresas prestadoras dos serviços complementares, que materializam o produto final, para os fins licitatórios e limites estabelecidos na Lei 13.303/2016, por terem regime específico, não devem ser considerados subcontratados;
- 10.7. A subcontratação, a rigor, só ocorreria se outra agência fosse contratada pela agência escolhida, o que é vedado no regime de contratações de agências de marketing promocional;
- 10.8. Será admitida a contratação de serviços complementares terceirizados, de acordo com a Instrução Normativa N°07/2018, conforme entendimento da Procuradoria Consultiva, através do Parecer PGE N°129/2021 (13187770);
 - 10.8.1. Trata-se de regime próprio no qual a CONTRATADA, além de criar o produto, agencia os fornecedores e supervisiona a produção e a materialização da ação promocional inicialmente pensada;
 - 10.8.2. De acordo com os conceitos estabelecidos no ato normativo da Presidência da República, em seu artigo 5º, “o serviço de promoção, a priori, detém natureza intelectual, intangível e indivisível, não se enquadrando no conceito de bens e serviços comuns”;
 - 10.8.3. A IN conceitua produtos e serviços complementares como “os itens básicos e pontuais não passíveis de prestação pela contratada, nem de previsão pelo contratante, mas

indispensáveis para a adequada execução contratual, a serem prestados por fornecedores especializados com a intermediação e supervisão da contratada, cujas categorias são previamente estabelecidas pelo contratante”, conforme Inciso XVI, em seu artigo 2º;

- 10.8.4. As ações de marketing promocional são multifacetadas e a criatividade e inovação, inerentes a tais serviços, torna imprevisível, por vezes, a visualização do produto final e dos itens a serem contratados;
- 10.8.5. Não há meios para definir ou individualizar a coisa incerta de modo antecipado, em razão da impossibilidade de se pensar em soluções padronizadas de marketing promocional, disponíveis no mercado, em face de suas diversas variações técnicas, as quais são dependentes diretamente da necessidade apresentada no momento, do público alvo, do local e das ações a serem implementadas;
- 10.8.6. Esforça-se com o acionamento de produtos e serviços complementares para que não haja prejuízo na tempestividade das ações, nem da originalidade e qualidade da solução criativa proposta;
- 10.8.7. São serviços complementares comuns à execução desse tipo de contrato:
 - 10.8.7.1. Produção gráfica (folders, adesivos, placas, painéis, totens, banners, backdrop e, ainda, qualquer outro serviço de comunicação visual promocional imprescindível à realização das ações);
 - 10.8.7.2. Produção de brindes e materiais de suporte à promoção (uniformes, etc.);
 - 10.8.7.3. Viabilização de estruturas (palcos, iluminação, estandes, etc.);
 - 10.8.7.4. Locação de equipamentos (audiovisual, eletrônicos, etc.);
 - 10.8.7.5. Locação de espaços;
 - 10.8.7.6. Locação de veículos;
 - 10.8.7.7. Contratação de técnicos, promotores, recepcionistas, apoio, etc.;
 - 10.8.7.8. Contratação de atrações, incluindo contratação artística e de formadores de opinião, como cantores, atores, apresentadores, palestrantes, conjuntos musicais e artísticos, *digital influencers*, celebridades, personalidades, etc.;
 - 10.8.7.9. Buffet;
 - 10.8.7.10. Dentre muitos outros serviços que se fizerem necessários à plena execução do objeto;
- 10.8.8. As categorias dos produtos e serviços complementares a serem prestados por fornecedores especializados, previstas pela CONTRATANTE, não esgotam a contratação dos componentes indispensáveis para a perfeita execução contratual e poderão ser ajustadas, desde que justificadas e mantidas as condições contratuais, conforme Artigo 21 - §2º da IN N°07/2018;

- 10.8.9. O fornecimento de bens ou serviços complementares especializados exigirá sempre a apresentação pela CONTRATADA à CONTRATANTE de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, conforme artigo 21 - §1º da IN nº 07/2018;
- 10.8.10. Em caso de contratação de serviços complementares terceirizados, permanece a responsabilidade integral da CONTRATADA pela perfeita execução contratual, cabendo-lhe realizar a supervisão e coordenação das atividades, bem como responder perante a CONTRATANTE pelo rigoroso cumprimento das obrigações contratuais correspondentes ao objeto executado;
- 10.8.11. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato;
- 10.8.12. Toda contratação de serviços complementares intermediada pela CONTRATADA deve ser previamente submetida à apreciação da CONTRATANTE, apenas podendo ser executada após a sua expressa anuência;

11. DO VETO À PARTICIPAÇÃO DE CONSÓRCIOS

- 11.1. Consórcios são associações corporativas nas quais duas ou mais pessoas jurídicas unem esforços visando concretizar um objeto específico. Esse conceito decorre do disposto no art. 278 da Lei n. 6.404/76;
- 11.2. A vedação à participação de consórcios fundamenta-se por tratar-se de contratação comum para empresas atuantes neste mercado, sendo usual a participação de empresas que, em sua maioria, apresentam o mínimo exigido no tocante às qualificações técnica e econômico-financeira e demais condições suficientes para a execução de contratos dessa natureza, o que não tornará restrito o âmbito de possíveis licitantes;
- 11.3. A vedação à participação de consórcio não trará prejuízos à competitividade do certame, visto que, em regra, a formação de consórcios é admitida quando o objeto a ser licitado envolve questões de alta complexidade ou de relevante vulto, nas quais as empresas, isoladamente, não teriam condições de suprir os requisitos de habilitação previstos em edital;
- 11.4. O objeto em questão não demanda aglutinação de competências conexas e específicas em demasia, pois a contratada deve ter apenas competência para o serviço compatível;
- 11.5. A vedação de constituição de empresas em consórcio, para o caso concreto, é o que melhor atende o interesse público, por prestigiar os princípios da competitividade, economicidade e moralidade. A reunião de empresas em consórcio que, individualmente, poderiam prestar os serviços, reduziria o número de licitantes participantes e poderia, eventualmente, proporcionar a formação de conluíus/cartéis para manipular os preços nas licitações. Assim, no presente caso, a vedação de participação de consórcios visa afastar possível restrição à competição e proporcionar a obtenção de proposta mais vantajosa;

12. DA PROPOSTA

- 12.1. A licitação será processada mediante a entrega, pelos licitantes, da documentação pertinente, da seguinte forma:

12.1.1. As licitantes deverão apresentar, no local, dia e hora marcados, 05 (cinco) envelopes denominados:

- 12.1.1.1 ENVELOPE “A” – Documentos de Habilitação;
- 12.1.1.2 ENVELOPE “B” – Projeto Simulado de Marketing Promocional - APÓCRIFO;
- 12.1.1.3 ENVELOPE “C” – Projeto Simulado de Marketing Promocional - COTEJO;
- 12.1.1.4 ENVELOPE “D” – Apresentação Técnica da Concorrente;
- 12.1.1.5 ENVELOPE “E” – Proposta Financeira;

12.1.2. Os envelopes, devidamente fechados, deverão conter, em sua parte externa e frontal, os seguintes dizeres:

12.1.2.1 ENVELOPE A – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

EMPRESA DE TURISMO DE PERNAMBUCO GOVERNADOR EDUARDO
CAMPOS – EMPETURPROCESSO LICITATÓRIO N° ____/2021
CONCORRÊNCIA PÚBLICA N° ____/2021
[Razão Social da empresa licitante e CNPJ]
[Endereço e contatos – e-mails e telefones]

12.1.2.2 ENVELOPE B – PROJETO SIMULADO DE MARKETING PROMOCIONAL - APÓCRIFO

EMPRESA DE TURISMO DE PERNAMBUCO GOVERNADOR EDUARDO
CAMPOS – EMPETUR
PROCESSO LICITATÓRIO N° ____/2021
CONCORRÊNCIA PÚBLICA N° ____/2021

12.1.2.3 ENVELOPE C – PROJETO SIMULADO DE MARKETING PROMOCIONAL - COTEJO

EMPRESA DE TURISMO DE PERNAMBUCO GOVERNADOR EDUARDO
CAMPOS – EMPETUR
PROCESSO LICITATÓRIO N° ____/2021
CONCORRÊNCIA PÚBLICA N° ____/2021
[Razão Social da empresa licitante e CNPJ]
[Endereço e contatos – e-mails e telefones]

12.1.2.4 ENVELOPE D – APRESENTAÇÃO TÉCNICA DA CONCORRENTE

EMPRESA DE TURISMO DE PERNAMBUCO GOVERNADOR EDUARDO
CAMPOS – EMPETUR
PROCESSO LICITATÓRIO N° ____/2021
CONCORRÊNCIA PÚBLICA N° ____/2021
[Razão Social da empresa licitante e CNPJ]
[Endereço e contatos – e-mails e telefones]

12.1.2.5 ENVELOPE E – PROPOSTA FINANCEIRA

EMPRESA DE TURISMO DE PERNAMBUCO GOVERNADOR EDUARDO

CAMPOS – EMPETUR
PROCESSO LICITATÓRIO N° _____/2021
CONCORRÊNCIA PÚBLICA N° _____/2021
[Razão Social da empresa licitante e CNPJ]
[Endereço e contatos – e-mails e telefones]

12.2. Os documentos relativos à HABILITAÇÃO deverão ser entregues em 01 (uma) única via, da seguinte forma:

12.2.1. A via única deverá ser encadernada, com a capa e contracapa do volume em papel timbrado da empresa concorrente, devendo os documentos serem apresentados em original ou mediante fotocópias autenticadas em cartório, em invólucro fechado, denominado “ENVELOPE A”, conforme descrição detalhada no edital;

12.2.2. Toda documentação apresentada deverá ser REDIGIDA EM PORTUGUÊS, idioma oficial da licitação;

12.2.3. A empresa que deixar de apresentar qualquer documentação de habilitação exigida no Edital será automaticamente inabilitada, não se admitindo, sob qualquer pretexto, a concessão de prazo para a complementação desses documentos, exceto os previstos na LC123;

12.2.4. A documentação exigida será relativa à habilitação jurídica, à regularidade fiscal, à qualificação econômica e financeira, à qualificação técnica e demais exigências, conforme estabelecido em Edital;

12.2.4.1. Balanço Patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, exigíveis e apresentados na forma da lei;

12.2.4.2. Os balanços e demonstrações devem conter os registros ou autenticações no órgão competente e estar devidamente assinados pelo administrador da empresa e pelo profissional habilitado junto ao Conselho Regional de Contabilidade – CRC, e vir acompanhados dos termos de abertura e de encerramento;

12.2.4.3. Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) relativa ao último exercício social, apresentado na forma da lei;

12.2.4.4. Os documentos exigidos para fins de qualificação econômico-financeira deverão comprovar os Índices de Liquidez Geral (LG) e Liquidez Corrente (LC), maiores ou iguais a 1,0 (um), extraídos do Balanço Patrimonial, que poderão vir calculados pela licitante, mediante aplicação das seguintes fórmulas:

$$\text{Liquidez Geral} = \frac{\text{AC} + \text{ARLP}}{\text{PC} + \text{PELP}} \geq (\text{maior ou igual}) 1,0$$

$$\text{Liquidez Corrente} = \frac{\text{AC}}{\text{PC}} \geq (\text{maior ou igual}) 1,0$$

Onde: AC = Ativo Circulante; ARLP = Ativo Realizável a Longo Prazo; PC = Passivo Circulante; PELP = Passivo Exigível a Longo Prazo;

12.2.4.5. É vedada a substituição do Balanço Patrimonial e da Demonstração do Resultado do Exercício por balancetes ou balanços provisórios;

12.2.4.6. Caso o exercício financeiro anterior ao da licitação esteja encerrado há mais de 3 (três) meses da data da sessão pública de abertura deste Pregão, o Balanço Patrimonial poderá ser atualizado pelo ÍNDICE NACIONAL DE PREÇOS AO CONSUMIDOR AMPLO (IPCA);

12.2.5. Os documentos exigidos na habilitação poderão ser apresentados em cópias reprográficas autenticadas por tabelião de notas ou por publicações em órgão da imprensa oficial;

12.3. A PROPOSTA TÉCNICA será composta por 03 (três) envelopes, constituída da seguinte forma para construção de sua avaliação:

12.3.1. Projeto Simulado de Marketing Promocional e Apresentação Técnica da Concorrente;

12.3.1.1. O Projeto Simulado de Marketing Promocional - APÓCRIFO, que integrará o SEGUNDO envelope, doravante denominado "ENVELOPE B", deverá ser apresentado em 03 (três) vias **NÃO IDENTIFICADAS, em papel branco, encadernado, em volume único e três etapas:**

- a) Raciocínio Básico;
- b) Planejamento Estratégico;
- c) Táticas de Marketing Promocional;

12.3.1.2. O Projeto Simulado de Marketing Promocional - COTEJO, que integrará o TERCEIRO envelope, doravante denominado "ENVELOPE C", deverá ser apresentado em **VIA ÚNICA IDENTIFICADA com capa e contracapa em papel timbrado da empresa, lacrado e com o mesmo conteúdo do ENVELOPE B, exceto por sua identificação**, e será usado para fins exclusivos de cotejamento;

12.3.1.3. A Apresentação Técnica da Concorrente, que integrará o QUARTO envelope, doravante denominado "ENVELOPE D", deverá ser apresentada em 03 (três) vias, encadernado, com capa e contracapa em papel timbrado da empresa concorrente, em volume único e três etapas:

- a) Capacidade de Atendimento;
- b) Experiência Promocional e de Eventos;
- c) Relato de Caso de Marketing Promocional;

12.3.2. Sua formatação segue o quadro a seguir e as normativas presentes neste Termo de Referência:

			Raciocínio Básico
--	--	--	-------------------

PROPOSTA TÉCNICA	Envelopes "B" e "C"	Projeto Simulado de Marketing Promocional	Planejamento Estratégico
			Táticas de Marketing Promocional
	Envelope "D"	Apresentação Técnica da Concorrente	Capacidade de Atendimento
			Experiência Promocional e de Eventos
			Relato de Caso de Marketing Promocional

12.3.3. Em conjunto, os dois envelopes que compõem a Proposta Técnica visam avaliar a capacidade das concorrentes em lidar com os desafios do trato do objeto deste Termo de Referência, bem como sua estrutura técnica e histórico para lidar com as questões promocionais da EMPETUR;

12.3.4. Os cadernos deverão obedecer a seguinte formatação, para melhor manejo do conteúdo pela subcomissão técnica e observação dos limites de conteúdo propostos para o exercício e a apresentação da candidata:

12.3.4.1. Orientação retrato, com espiral plástico preto à esquerda, impressos exclusivamente em sua frente, sendo facultado o uso de sobrecapas em plástico ou qualquer outro material, desde que não dificultem seu manuseio ou aposição nos ENVELOPES "B", "C" e "D" deste certame;

12.3.4.2. Conteúdos anexos impressos em papel A4, tipo offset ou equivalente, branco, com 75 a 90 g/m²;

12.3.4.3. Espaçamento recomendado de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;

12.3.4.4. Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

12.3.4.5. Espaçamento simples nas entrelinhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;

12.3.4.6. Alinhamento justificado do texto;

12.3.4.7. Texto e numeração de páginas em fonte "ARIAL", cor "AUTOMÁTICO", tamanho 12, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;

12.3.4.8. Sendo, este critério, eliminatório, sob a justificativa de objetivar a GARANTIA DE ISONOMIA E IDONEIDADE, visto que propostas padronizadas dificultam a identificação dos LICITANTES;

12.3.5. PROJETO SIMULADO DE MARKETING PROMOCIONAL: A primeira etapa do caderno deverá ser precedida de página separatória e incluirá os subquestos "Raciocínio Básico", "Planejamento Estratégico" e "Táticas de Marketing Promocional", elaborado

com base no briefing (ANEXO I) deste Termo de Referência e nas orientações do Edital, observadas as seguintes disposições:

- 12.3.5.1. **RACIOCÍNIO BÁSICO:** A primeira etapa do Projeto Simulado de Marketing Promocional é composta de um texto em que a licitante demonstrará sua compreensão sobre o conteúdo do briefing, o cenário de atuação da EMPETUR, seus desafios, dados e premissas que embasarão sua estratégia simulada. Seu conteúdo deverá expressar claramente os desafios de marketing promocional, bem como tecer uma contextualização do trade turístico do estado e de seus diversos níveis de cliente. Também é necessário que o texto trace um conjunto de considerações sobre o(s) público(s) alvo da ação promocional simulada, proposta no briefing do certame, incluindo dados sócio demográficos adicionais obtidos pela candidata, e que servirão como paradigma para as estratégias e táticas que serão propostas;
- 12.3.5.2. **PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO:** A segunda etapa do Projeto Simulado de Marketing Promocional é composta de texto com diretrizes estratégicas derivadas diretamente das considerações já apresentadas no item anterior. Em que as candidatas apresentem e justifiquem em seu escopo as estratégias propostas para suprir os desafios e problemas, gerais e específicos, de marketing promocional a serem enfrentados alcançados, objetivos previstos no briefing, compreendendo:
- a) Definições sobre públicos que devem ser contemplados através de ações promocionais, formulando hipóteses que devem ser respondidas pelas opções estratégicas realizadas na proposta de estratégia, incluindo hábitos e comportamentos a partir de parâmetros psicográficos, quando possível;
 - b) Definições gerais sobre táticas que devem ser inseridas nas ações promocionais relativas ao caso do briefing, em particular sobre como abordar cada um dos públicos, norteando os itens que serão corporificados nas Táticas de Marketing Promocional;
 - c) Desdobramentos posteriores a estas ações, determinando como esta abordagem irá gerar longevidade ao marketing promocional dos destinos turísticos do Estado de Pernambuco;
 - d) Definições temporais sobre o período correto de realização das ações, diante das diretrizes presentes no caso apresentado em briefing;
 - e) Definições relativas ao modo de realizar a estratégia de campanha, em particular instrumentos ou ferramentas que serão utilizados;
- 12.3.5.3. **TÁTICAS DE MARKETING PROMOCIONAL:** Texto elaborado, tendo como pressuposto as definições dos dois itens anteriores. Constitui-se de memorial descritivo das peças propostas, apresentando o conjunto de ações promocionais, cronograma e orçamento que, conforme briefing, devem compor a execução de sua ação, observando as seguintes disposições:
- a) Nas táticas devem estar expressas sob a forma de relação sobre todas as peças e/ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de marketing promocional, devendo ser seguida a indicação de cada

peça por comentários sobre a função/construção de cada peça e/ou material, podendo ser em texto corrido ou tópicos, a critério dos licitantes;

- b) Em forma de ANEXOS IMPRESSOS EM PAPEL, acompanhará essa etapa exemplos corporificados das ações das táticas, apresentados como “plantas baixas”, “layouts”, “estandes simulados”, “design de objetos”, entre outros, limitado ao número de 05 (cinco) anexos;
- c) Os anexos citados na alínea anterior devem ser incorporados ao volume, com suas respectivas identificações, logo após a etapa de Tática Promocional, podendo ser em formato maior que este volume, desde que dobrados se integrem à encadernação, sem maiores problemas de manuseio ao resto da Proposta Técnica;
- d) Além dos anexos, a relação descritiva de táticas prevista na alínea “a” deverá ser elaborada contemplando todas as peças de responsabilidade das concorrentes, que integrarão as ações desenvolvidas para o atendimento do exercício simulado presente no briefing;
- e) Cada peça dos anexos deverá trazer indicação sucinta (exemplo: estande, fardamento, design de brinde, etc.), destinada a facilitar aos integrantes da subcomissão técnica com a relação de táticas prevista na alínea “a”;
- f) Após a relação, em página separada, deverá haver o cronograma de desenvolvimento das táticas propostas, com proposição da candidata para a operação das ações propostas;
- g) Concluindo a etapa, as candidatas deverão desenvolver uma planilha orçamentária, mostrando que as táticas propostas se adequam totalmente às diretrizes propostas em briefing, com os percentuais gerais de custos internos e de produção das ações descritos de forma clara;
- h) Para o exercício, as candidatas devem tomar como base para os custos internos os preços de tabela da regional da AMPRO, ATUALIZADA, sendo que os descontos propostos devem ser incluídos exclusivamente na proposta de preços do certame, não sendo alvo de avaliação deste volume seu valor absoluto, mas a distribuição consciente dos recursos, diante dos desafios presentes em briefing;

12.3.6. APRESENTAÇÃO TÉCNICA DA CONCORRENTE: A primeira etapa do caderno deverá ser igualmente precedida de página separatória e incluirá os subquestos de “Capacidade de Atendimento”, “Experiência Promocional e de Eventos” e “Relato de Caso de Marketing Promocional”, observadas as seguintes proposições:

12.3.6.1. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO: Etapa composta de texto que trata da capacidade da concorrente em atender as demandas de marketing promocional da EMPETUR, apresentando elementos operacionais e de infraestrutura, devendo incluir:

- a) Quantificação e qualificação dos profissionais que serão postos à disposição da EMPETUR, devendo a licitante indicar, caso a caso, quantos profissionais estarão disponíveis de forma geral e dedicada/exclusiva;
- b) A qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido, contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais;
- c) Os profissionais indicados, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, deverão participar da elaboração dos serviços objeto do edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, durante o curso do contrato;
- d) Sistemática de atendimento, com clara indicação das obrigações a serem cumpridas pela licitante, incluindo prazos a serem observados desde o momento da solicitação dos serviços até seu desenvolvimento, produção e veiculação;
- e) Descrição das instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato;
- f) Listagem das organizações do setor que a empresa é associada e, quando existentes, acordos operacionais/coligações, dentro do território nacional e fora dele, que sirvam como referência da capilaridade de atuação da empresa;

12.3.6.2. EXPERIÊNCIA PROMOCIONAL E DE EVENTOS: Etapa composta da apresentação de até 03 (três) declarações com eventos/ações promocionais realizados pela candidata, atestada por clientes, que melhor representem a capacidade de execução de ações similares para a EMPETUR, expressando, ao menos, no seu conteúdo:

- a) Descrição do evento/ação promocional realizada;
- b) Período de realização;
- c) Nível de abrangência, podendo ser local, regional, nacional ou internacional;
- d) Para fins de análise da abrangência, devem ser levados em conta o público visado pelo evento e o efetivo alcance deste público, sendo o referendo do cliente ao texto fundamental para esta conclusão;
- e) Declaração textual do cliente de bom atendimento, por parte da candidata;

12.3.6.3. RELATO DE CASO DE MARKETING PROMOCIONAL: A licitante deverá apresentar 01 (hum) relato de solução de problema de marketing promocional em que será descrito um caso modelo bem-sucedido de planejamento promocional, proposto pela candidata e por ela implementada para um de seus clientes, representando um exemplo de êxito e qualidade da candidata em resolver questões do trato de sua atividade, da seguinte forma:

- a) O relato deverá estar devidamente referendado pelo respectivo cliente e não pode referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de

serviços de publicidade de que o Governo do Estado de Pernambuco seja ou tenha sido o signatário;

- b) A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pelo licitante, mediante a rubrica do autor do referendo em todas as suas páginas e assinatura ao final do texto;
- c) Na última página do relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura (com reconhecimento de firma) do seu respectivo signatário, acompanhada do seu nome, cargo e função;
- d) Para cada relato, é permitida a inclusão de até 4 (quatro) páginas de anexos que exemplifiquem a ação realizada, como imagens do ambiente promocional, layouts de material produzido ou outras que melhor tangibilizem a estratégia implementada, podendo estar acompanhada por *pendrive* com fotos e vídeos da ação;
- e) As páginas dos anexos devem seguir a formatação do resto do caderno, encadernadas no volume em formato A4;
- f) Para a apresentação de plantas, layouts, etc.;

12.3.7. A Proposta Técnica deverá ser apresentada de acordo com as normas determinadas neste termo e nas demais condições posteriormente estabelecidas em edital;

12.3.8. Sua elaboração deverá atender as seguintes considerações básicas:

- a) Os diferentes tipos de trabalhos incluídos no Termo de Referência dos serviços;
- b) A compatibilização da equipe técnica, auxiliares e meios materiais a utilizar, com o PROGRAMA DE TRABALHO;

12.4. A PROPOSTA FINANCEIRA, que integrará o QUINTO envelope, doravante denominado "ENVELOPE E", deverá ser apresentada em VIA ÚNICA, em papel timbrado da empresa concorrente, assinada pelo seu representante legal. Deverá ser redigida em português, de forma clara, não podendo ser manuscrita, nem conter rasuras ou entrelinhas;

12.4.1. A Proposta Financeira será apresentada de acordo com o modelo constante do "ANEXO II" deste termo, seguindo também todas as demais condições posteriormente estabelecidas no edital;

12.4.2. A Proposta Financeira deverá ter validade mínima de 90 (noventa) dias corridos, contados da sua data de apresentação;

13. DO CRITÉRIO DE JULGAMENTO E AVALIAÇÃO DAS PROPOSTAS

13.1. O critério de julgamento das propostas será do tipo "TÉCNICA E PREÇO", na forma do Artigo 39 do Regulamento de Compras da EMPETUR:

13.1.1. *"Artigo 39: O critério de julgamento pela melhor combinação de técnica e preço será utilizado exclusivamente nas licitações destinadas a contratar objeto:*

I - de natureza predominantemente intelectual e de inovação tecnológica ou técnica;

II - que possa ser executado com diferentes metodologias ou tecnologias de domínio restrito no mercado, pontuando-se as vantagens e qualidades oferecidas para cada produto ou solução;

PARÁGRAFO ÚNICO: Será escolhido o critério de julgamento a que se refere o caput quando a avaliação e a ponderação da qualidade técnica das propostas que superarem os requisitos mínimos estabelecidos no instrumento convocatório forem relevantes aos fins pretendidos."

13.2. A escolha de propostas tecnicamente menos onerosas, mas sem a devida compreensão dos efeitos da campanha e do melhor uso das ponderações técnicas, geraria, necessariamente, prejuízos ao erário público, pelo não atingimento das metas necessárias à comunicação. Portanto este elemento deve ser ponderado na avaliação das candidatas;

13.3. PROPOSTAS TÉCNICAS: Serão julgadas, avaliadas e classificadas de acordo com os critérios pertinentes e adequados ao objeto licitado, definidos neste Termo de Referência, aferindo-se a nota a partir do somatório dos pontos obtidos nos quesitos técnicos constantes da proposta do licitante, da seguinte forma:

13.3.1. As propostas técnicas deverão levar em conta a formatação proposta neste Termo de Referência e, para os itens do PLANO DE MARKETING PROMOCIONAL, os elementos descritos no briefing que compõe o ANEXO I deste mesmo termo, que constitui exercício simulado de planejamento de ação, a exemplo do que será realizado no decorrer do edital;

13.3.2. Será definida uma COMISSÃO TÉCNICA que levará em conta, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou sub quesito:

13.3.2.1. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO:

- a) Análise da experiência dos profissionais de coordenação da licitante em atividades de marketing promocional;
- b) Análise da adequação das qualificações e quantificações desses profissionais à estratégia de promoção da EMPETUR;
- c) Análise da adequação das instalações, da infraestrutura (física e de tecnologia da informação) e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- d) Análise da operacionalidade do relacionamento entre a EMPETUR e a licitante, claramente esquematizada na proposta, incluindo prazos a serem observados desde o momento da solicitação dos serviços até a sua entrega;
- e) Observação da existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta, bem como a definição técnica dos profissionais à disposição e sistemática de atendimento;
- f) Observação das associações realizadas e capilaridade de suporte às ações de marketing promocional;

13.3.2.2. EXPERIÊNCIA PROMOCIONAL E DE EVENTOS:

- a) Análise da complexidade dos eventos, dimensionada pela quantidade e qualidade das ações que precisaram ser desenvolvidas pela candidata, apresentadas claramente na descrição do evento da candidata e atestada pelo cliente;
- b) Análise do porte do evento, evidenciada pelas dimensões de público atendido direta e indiretamente, pelos eventos atestados;
- c) Análise da abrangência das ações promocionais atestadas e sua compatibilidade com as ações que serão realizadas no âmbito do contrato com a EMPETUR;

13.3.2.3. RELATO DE CASO DE MARKETING PROMOCIONAL:

- a) A evidência de planejamento de marketing promocional;
- b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema original de marketing promocional e a solução proposta pela candidata;
- c) A relevância dos resultados apresentados, evidenciada por dados objetivos, números, relatos e efeitos derivados diretamente das proposições táticas e estratégicas da concorrente para o caso;
- d) A concatenação lógica da exposição, particularmente evidenciada por uma narrativa temporal linear e evolutiva do relato, onde a sucessão de elementos conduz ao desfecho do caso com exposição de elementos apurados após a conclusão das estratégias implementadas a partir das ações desenvolvidas pela concorrente;

13.3.2.4. RACIOCÍNIO BÁSICO:

- a) Acuidade de compreensão em relação aos elementos estruturais da Indústria do Turismo do Brasil e de Pernambuco, e sua relação direta com o trato destas questões pelo Governo do Estado de Pernambuco;
- b) Acuidade de compreensão do papel da EMPETUR e sua estrutura subsidiária como promotora do desenvolvimento dos destinos turísticos e sua relação com os demais integrantes do ecossistema do Turismo;
- c) Avaliação da presença e qualidade do entendimento do cenário de marketing promocional e dos desafios a serem enfrentados pela Secretaria de Turismo e Lazer, conforme o briefing do exercício simulado presente neste certame;

13.3.2.5. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO:

- a) Avaliação da clareza e pertinência das definições sobre cobertura de públicos contemplados, e da presença de hipóteses embasadas em dados e análise geral de cenário desenvolvido pela candidata;

- b) Avaliação de exequibilidade e adequação das conclusões geradas por essas hipóteses, em particular sobre o efetivo alcance sobre os diversos targets e da consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia proposta;
- c) Avaliação da presença de elementos de discussão (“o que fazer?”, “de que forma?”, “quando?” e “com que estruturação operacional?”);
- d) Avaliação da presença de análises consistentes diante das diretrizes presentes do caso apresentado em briefing;
- e) Avaliação da clara apresentação de definições relativas ao modo de realizar a estratégia de campanha;
- f) Avaliação da discussão dos instrumentos ou ferramentas que serão utilizados;
- g) Avaliação da discussão de desdobramentos posteriores às ações propostas;

13.3.2.6. TÁTICAS DE MARKETING PROMOCIONAL:

- a) Avaliação da adequação das táticas promocionais ao(s) desafio(s) e/ou problema(s), geral e/ou específico, da EMPETUR, conforme o briefing constante do certame;
- b) Avaliação de sua relação com os elementos estratégicos identificados e analisados como fundamentais na estratégia de marketing promocional;
- c) Avaliação à adequação ao universo sociocultural dos diversos segmentos de público-alvo;
- d) Análise da multiplicidade de interpretações favoráveis comportadas pelas táticas;
- e) Observação da originalidade da estratégia e sua capacidade de gerar impacto sem desvios dos objetivos de marketing promocional;
- f) Análise da simplicidade de sua operação sem perda da obtenção dos melhores resultados conceituais;
- g) Observação de sua pertinência às diretrizes da EMPETUR e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- h) Análise dos desdobramentos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos apresentados e demais táticas explicitadas;

13.3.3. A nota das PROPOSTAS TÉCNICAS serão apuradas atribuindo aos quesitos ou subquesitos, no máximo, os seguintes pontos, no total de 100 (cem), conforme descritos a seguir:

13.3.3.1.

RACIOCÍNIO BÁSICO

máximo de 12 (doze) pontos, da seguinte forma:		
SUBITEM	ELEMENTO DE AVALIAÇÃO	PONTUAÇÃO MÁXIMA
a)	Acuidade de compreensão em relação aos elementos estruturais da Indústria do Turismo do Brasil e de Pernambuco, e sua relação direta com o trato destas questões pelo Governo do Estado de Pernambuco/EMPETUR;	4,0 (quatro) pontos
b)	Acuidade de compreensão do papel da EMPETUR e sua estrutura subsidiária como promotora do desenvolvimento dos destinos turísticos e sua relação com os demais integrantes do ecossistema do Turismo;	4,0 (quatro) pontos
c)	Avaliação da presença e qualidade do entendimento do cenário de marketing promocional e dos desafios a serem enfrentados pela Secretaria de Turismo e Lazer/EMPETUR, conforme o briefing do exercício simulado presente neste certame;	4,0 (quatro) pontos

13.3.3.2.

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO: máximo de 24 (vinte e quatro) pontos, da seguinte forma:		
SUBITEM	ELEMENTO DE AVALIAÇÃO	PONTUAÇÃO MÁXIMA
a)	Clareza e pertinência das definições sobre cobertura de públicos contemplados, e da presença de hipóteses embasadas em dados e análise geral de cenário desenvolvido pela candidata;	5,0 (cinco) pontos
b)	Avaliação de exequibilidade e adequação das conclusões geradas por essas hipóteses, em particular sobre o efetivo alcance sobre os diversos targets e da consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia proposta;	7,0 (sete) pontos
c)	Avaliação das definições relativas ao modo de realizar a estratégia de campanha e da discussão relativa aos instrumentos ou ferramentas que serão utilizados;	7,0 (sete) pontos
d)	Avaliação da presença e qualidade dos demais elementos de discussão necessários à construção estratégica de marketing promocional (estruturação e desdobramentos posteriores);	5,0 (cinco) pontos

13.3.3.3.

TÁTICAS DE MARKETING PROMOCIONAL: máximo de 24 (vinte e quatro) pontos, da seguinte forma:		
SUBITEM	ELEMENTO DE AVALIAÇÃO	PONTUAÇÃO MÁXIMA
a)	Abrangência das táticas propostas para marketing promocional evidenciada pelo atendimento a todos os pontos apresentados em briefing e da relação destas táticas com os elementos estratégicos identificados e analisados como fundamentais na estratégia de marketing promocional;	5,0 (cinco) pontos
b)	Coerência, unidade e exequibilidade das ações táticas propostas,	5,0 (cinco) pontos

	bem como a simplicidade de sua operação, sem perda da obtenção dos melhores resultados conceituais;	pontos
c)	Cobertura de públicos da tática proposta, evidenciada pela avaliação à adequação ao universo sociocultural dos diversos segmentos de público-alvo e pela multiplicidade de interpretações favoráveis comportadas pelas mesmas táticas;	7,0 (sete) pontos
d)	Originalidade e impacto da proposta, evidenciada pela observação de sua pertinência às diretrizes da EMPETUR e à sua inserção nos contextos social, político e econômico, além da singularidade das soluções, que prezam pela geração de uma relação particular dos públicos com o caso exposto em briefing, observada nos exemplos descritos e tangibilizados;	7,0 (sete) pontos

13.3.3.4.

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO: máximo de 15 (quinze) pontos, da seguinte forma:		
SUBITEM	ELEMENTO DE AVALIAÇÃO	PONTUAÇÃO MÁXIMA
a)	Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura, dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais colocados à disposição da EMPETUR;	5,0 (cinco) pontos
b)	Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos quesitos OPERACIONALIDADE, PRESTEZA NO ATENDIMENTO ÀS SOLICITAÇÕES e GRAU DE LIBERDADE conferido pela EMPETUR no desenvolvimento de estratégias de marketing promocional;	5,0 (cinco) pontos
c)	A existência de profissionais de coordenação e de atendimento exclusivo/dedicado para o trato das estratégias de marketing promocional da EMPETUR, bem como a definição técnica dos profissionais à disposição nessa condição;	5,0 (cinco) pontos

13.3.3.5.

EXPERIÊNCIA PROMOCIONAL E DE EVENTOS: máximo de 15 (quinze) pontos, da seguinte forma:		
SUBITEM	ELEMENTO DE AVALIAÇÃO	PONTUAÇÃO MÁXIMA
a)	Análise da quantidade e complexidade dos eventos apresentados, dimensionada pela quantidade e qualidade das ações que precisaram ser desenvolvidas pela candidata, apresentadas claramente na descrição do evento da candidata e atestadas pelo cliente;	4,0 (quatro) pontos
b)	Análise do porte dos eventos/ações promocionais atestados, evidenciada pelas dimensões de público atendido direta e indiretamente pelos eventos atestados;	5,0 (cinco) pontos
c)	Análise da abrangência dos eventos/ações promocionais atestadas e sua compatibilidade com as ações que serão realizadas no âmbito do contrato com a EMPETUR;	6,0 (seis) pontos

13.3.3.6.

RELATO DE CASO DE MARKETING PROMOCIONAL: máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:		
SUBITEM	ELEMENTO DE AVALIAÇÃO	PONTUAÇÃO MÁXIMA
a)	Evidência de planejamento de marketing promocional e consistência das relações de causa e efeito entre problema original de marketing promocional e a solução proposta pela candidata;	4,0 (quatro) pontos
b)	A relevância dos resultados apresentados, evidenciada por dados objetivos, números, relatos e efeitos derivados diretamente das proposições táticas e estratégicas da concorrente para o caso;	3,0 (três) pontos
c)	A concatenação lógica da exposição, particularmente evidenciada por sua narrativa e exposição de elementos apurados;	3,0 (três) pontos

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

13.3.5. A nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade máxima de pontos indicada em cada quesito, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais;

13.3.6. Para efeito de aferição da nota de cada quesito ou subquesito, os membros da subcomissão técnica utilizarão como pontuação 05 (cinco) NÍVEIS DE NOTAS, de acordo com a seguinte escala referente à nota máxima de cada quesito ou subquesito e adotando as referências na tabela a seguir:

13.3.6.1.

CLASSIFICAÇÃO	REFERÊNCIA DE AVALIAÇÃO	VALORAÇÃO DA NOTA
NÃO ABORDADO OU ERRONEAMENTE ABORDADO	Quando a proposta não contempla e/ou contempla de forma errônea ou inadequada os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, conforme briefing e critérios estabelecidos no edital para o aspecto a ser avaliado, contendo grandes desvios e/ou erros grosseiros, e pouco compatíveis com o critério	0% da pontuação total do critério
INSUFICIENTEMENTE ABORDADO	Quando a proposta contempla de forma insuficiente (claramente incompleta) os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, conforme briefing e critérios estabelecidos no	30% da pontuação total do critério

	edital para o aspecto a ser avaliado, com desvios não relevantes do solicitado	
PARCIALMENTE ABORDADO	Quando a proposta contempla alguns aspectos relevantes do quesito ou subquesito em julgamento, conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo à normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado	40% da pontuação total do critério
SATISFATORIAMENTE ABORDADO	Quando a proposta contempla os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica	70% da pontuação total do critério
TOTALMENTE ABORDADO	Quando a proposta contempla integral e exatamente os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, sem desvios e apresentando, quando possível, soluções com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério	100% da pontuação total do critério

13.3.7. A nota de cada quesito corresponderá à média aritmética das notas atribuídas pelos membros da subcomissão técnica;

13.3.8. A subcomissão técnica será composta por 03 (três) integrantes designados em Portaria pela EMPETUR;

13.3.9. Além de apresentar planilha individual com o descritivo das notas, a comissão deverá elaborar ata de julgamento dos quesitos e subquesitos da proposta técnica;

13.3.10. Em caso de discrepância nas notas atribuídas pelos membros da subcomissão técnica À UM MESMO QUESITO, sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito global, a subcomissão reavaliará a pontuação atribuída, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Termo de Referência e posterior Edital;

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

13.3.12. Será desclassificada a proposta que:

- a) Não atender às exigências deste Termo de Referência, do Edital e/ou de seus anexos;
- b) Não alcançar, no total, a nota mínima de 50 (cinquenta) pontos;
- c) Obter pontuação 0,00 (zero) em quaisquer dos quesitos;

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

13.4. As PROPOSTAS FINANCEIRAS serão avaliadas de acordo com os critérios estabelecidos no quadro de pontuação a seguir:

ITEM A SER AVALIADO	NOTA MÁXIMA
<p>13.4.1. Desconto (em percentual), com até duas casas decimais, a ser concedido a EMPETUR, sobre os custos internos, realizados pela própria licitante, baseados na tabela da Associação de Marketing Promocional (AMPRO).</p> <p>*PERCENTUAL MÍNIMO DE DESCONTO ADMITIDO: 20% (vinte por cento).</p>	<p>- Desconto inferior a 20% = candidata desclassificada;</p> <p>- Desconto de 20% = 0 pontos;</p> <p>- Desconto superior a 20% = 0,8 x desconto;</p> <p>*NOTA MÁXIMA = 55 PONTOS</p>
<p>13.4.2. Honorários sobre serviços de terceiros (em percentual), com até duas casas decimais, a serem cobrados à EMPETUR, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros, sob a supervisão da contratada.</p> <p>*PERCENTUAL MÁXIMO DE HONORÁRIOS ADMITIDO: 15% (quinze por cento).</p>	<p>- Honorário superior a 15% = candidata desclassificada;</p> <p>- Honorário de 15% = 0 pontos;</p> <p>- Honorário inferior a 15% = 8x (15 - honorário);</p> <p>*NOTA MÁXIMA = 45 PONTOS</p>

13.4.3. A nota da proposta financeira será obtida mediante o somatório das notas dos itens 13.4.1. e 13.4.2. do quadro de pontuação, sendo considerada como proposta de melhor preço aquela que obtiver o maior número de pontos;

13.4.4. Caso o cálculo da pontuação a partir da fórmula proposta exceda a nota máxima para o item, serão desconsiderados os pontos adicionais, recebendo a candidata a nota máxima para cada item do critério, sem prejuízo da vantagem de preço oferecida pelo candidato à EMPETUR;

- 13.4.5. Para o critério de desconto sobre a tabela da Associação de Marketing Promocional (AMPRO), que versa sobre os custos internos de criação, planejamento e desenvolvimento de ações promocionais, a nota máxima para a composição da nota final da proposta de preços será de 55 pontos;
- 13.4.6. Para o critério de valoração dos honorários sobre produção incumbida a terceiros, que versa sobre os custos de orçamento, gestão e acompanhamento dos serviços terceirizados necessários à realização das ações de marketing promocional, a nota máxima para a composição da nota final da proposta de preços será de 45 pontos;
- 13.4.7. As propostas de preço que apresentarem descontos sobre os custos internos baseados na tabela de preços da Associação de Marketing Promocional (AMPRO) inferiores à 20% (vinte por cento) serão desclassificadas;
- 13.4.8. As propostas de preço que apresentarem honorários (em percentual) a serem cobrados à EMPETUR, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada, superiores a 15% (quinze por cento) serão desclassificadas;
- 13.4.9. Serão desclassificadas as propostas que deixarem de apresentar documentos ou apresentá-los em desacordo com as normas do edital, bem como as com preços manifestamente inexequíveis, observando-se o disposto no artigo 56 da Lei Federal 13.303/2016;
- 13.4.10. Não se admitirá proposta que apresente preços simbólicos, irrisórios, ou de valor zero, ou incompatíveis com os preços de mercado, observando o disposto no inciso III do art. 56 da Lei Federal 13.303/2016;
- 13.4.11. O valor máximo de pontuação da proposta de preço, observadas as fórmulas matemáticas anteriormente descritas, é de 100 pontos, considerando o disposto no item 13.4. e suas alíneas 13.4.1. e 13.4.2;
- 13.5. As propostas deverão ser enviadas conforme **ANEXOS I e II**;
- 13.6. **JULGAMENTO FINAL:** A classificação das propostas será feita de acordo com a média ponderada das valorizações da proposta técnica e de preço, de acordo com os pesos estabelecidos neste Termo de Referência, mediante aplicação da seguinte fórmula:
- Nota Final = (Nota da Proposta Técnica x 0,6) + (Nota da Proposta de Preço x 0,4)**
- 13.7. A classificação das propostas será feita em ordem decrescente, considerando os valores das notas finais;
- 13.8. O prazo para emissão da Ata de Julgamento será de 15 (quinze) dias corridos, a contar da data de entrega das propostas, podendo ser prorrogado por períodos iguais, à critério da CONTRATANTE, sendo divulgada no DOE e afixada no quadro de avisos;

14. DO PRAZO PARA ASSINATURA E DE VIGÊNCIA DO CONTRATO

- 14.1. A licitante vencedora terá o prazo de **05 (cinco) dias úteis**, a contar do recebimento da convocação da EMPETUR, para assinatura do contrato;

- 14.2. Qualquer solicitação de prorrogação do prazo supramencionado somente será analisada se apresentada antes do decurso do prazo para tal e devidamente fundamentada;
- 14.3. O contrato terá vigência de 12 (doze) meses, a contar da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado por períodos iguais, não excedendo o período máximo de até 05 (cinco) anos, nos termos do Artigo 71 da Lei Federal N° 13.303/2016;

15. DA GARANTIA CONTRATUAL

- 15.1. O licitante vencedor deverá apresentar GARANTIA CONTRATUAL, através de caução em dinheiro ou Títulos da Dívida Pública ou Seguro-Garantia ou fiança bancária, estipulada em 5% (cinco por cento) do valor global do contrato, nos termos do artigo 156, § 2º, do regulamento de compras da EMPETUR;
- 15.2. Se escolhida na modalidade caução em dinheiro, a prestação da garantia deverá ser comprovada no momento da assinatura do contrato. Nas demais modalidades, a comprovação poderá ser realizada em até 05 (cinco) dias úteis, prorrogáveis por igual período, a critério do órgão contratante, contados da assinatura do contrato;
- 15.3. A garantia contratual deverá ter validade durante toda a vigência do CONTRATO;
- 15.4. Só serão aceitas a prestação de seguros-garantia e cartas de fiança bancária de agentes devidamente registrados e autorizados pela Superintendência de Seguros Privados - SUSEP e pelo Banco Central do Brasil, respectivamente;

16. DO PRAZO E CONDIÇÕES PARA ENTREGA/EXECUÇÃO DO OBJETO

- 16.1. No prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, a CONTRATADA deverá comprovar manter sede ou escritório ou sucursal e/ou preposto na Região Metropolitana do Recife;
- 16.2. Todos os serviços prestados pela CONTRATADA deverão ser precedidos da apresentação do competente projeto de apropriação de custos, no prazo de até 10 (dez) dias úteis, a contar da data da solicitação, obedecendo os seguintes critérios:
- 16.2.1. PARA PROJETOS DE BAIXA COMPLEXIBILIDADE - até R\$50.000,00 (cinquenta mil reais):
Prazo de 03 (três) dias úteis;
- 16.2.2. PARA PROJETOS DE MÉDIA COMPLEXIBILIDADE - até R\$100.000,00 (cem mil reais):
Prazo de 05 (cinco) dias úteis;
- 16.2.3. PARA PROJETOS DE ALTA COMPLEXIBILIDADE - acima de R\$100.000,00 (cem mil reais):
Prazo de 10 (dez) dias úteis;
- 16.3. A aprovação dos projetos ficará condicionada ao atendimento dos requisitos de funcionalidade da ação e economicidade dos preços ofertados, podendo ser solicitado à CONTRATADA a produção de novo projeto e/ou orçamento, até a aprovação final, no prazo de até 05 (cinco) dias, a contar da data de solicitação, obedecendo os seguintes critérios:
- 16.3.1. PARA PROJETOS DE BAIXA COMPLEXIBILIDADE - até R\$50.000,00 (cinquenta mil reais):
Prazo de 02 (dois) dias úteis;

- 16.3.2. PARA PROJETOS DE MÉDIA COMPLEXIBILIDADE - até R\$100.000,00 (cem mil reais):
Prazo de 03 (três) dias úteis;
- 16.3.3. PARA PROJETOS DE ALTA COMPLEXIBILIDADE - acima de R\$100.000,00 (cem mil reais):
Prazo de 05 (cinco) dias úteis;
- 16.3.4. Após aprovação da EMPETUR, através da sua Diretoria de Marketing, será expedida de uma Ordem de Execução de Serviços (AUTORIZAÇÃO DE TRABALHO), conforme modelo a ser definido pela CONTRATANTE, onde constarão as especificações dos serviços, os preços (planilha de custos/orçamento) e os prazos de execução, devendo o valor de cada um dos serviços ser orçado em função dos custos respectivos, obedecendo-se, rigorosamente, à sua compatibilidade com os preços de mercado, sob pena de responsabilidade civil;
- 16.4. Os serviços deverão ser executados e entregues, conforme venham a ser solicitados pela EMPETUR, através da Diretoria de Marketing, no prazo estabelecido na Ordem de Execução de Serviços, a contar da emissão da mesma;
- 16.5. Os atrasos ocasionados por motivo de força maior ou caso fortuito, desde que notificados, no prazo de 48h (quarenta e oito horas), e aceitos pela CONTRATANTE, não serão considerados inadimplemento contratual;
- 16.6. Todos os serviços realizados deverão ser documentados através da apresentação dos respectivos comprovantes de produção e cópias das faturas emitidas pelos fornecedores;
- 16.7. Os serviços deverão ser executados pela CONTRATADA, com o fornecimento de toda mão de obra, materiais, equipamentos e demais despesas necessárias à execução do objeto, sendo permitida a subcontratação parcial dos SERVIÇOS COMPLEMENTARES necessários ao cumprimento do objeto licitado, desde que previamente submetida à anuência da EMPETUR, ficando a CONTRATADA responsável pela integral execução da subcontratação, arcando integralmente com os encargos de qualquer natureza, dela decorrentes;
- 16.8. Somente Pessoas Físicas ou Jurídicas previamente cadastradas pela CONTRATANTE poderão fornecer à CONTRATADA bens e/ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato;
- 16.9. O fornecimento de bens e/ou serviços especializados, na conformidade do previsto no subitem anterior, exigirá sempre a apresentação, pela CONTRATADA à CONTRATANTE, de 03 (três) orçamentos obtidos no mercado do ramo do fornecimento pretendido;
- 16.10. A CONTRATADA deverá, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos após o encerramento do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e memoriais das ações de marketing promocional produzidas;
- 16.11. Os originais dos materiais promocionais desenvolvidos para a execução dos serviços (arte, plantas, filmes, etc.), inclusive fotos e imagens compradas para uso em materiais e ações promocionais, ficarão sob a guarda da CONTRATADA, mas disponíveis a qualquer tempo para a EMPETUR, que poderá, a seu critério, requisitar cópias dos originais para comprovação da prestação dos serviços e arquivo próprio, vedado a transferência a agentes de qualquer espécie e uso, além das finalidades solicitadas em plano de marketing promocional específico;
- 16.12. Quanto aos DIREITOS AUTORAIS, serão observadas as seguintes disposições:

- 16.12.1. AS CONTRATADAS cedem à CONTRATANTE, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso de ideias (incluindo os estudos, análises e planos), peças (material promocional, plantas, esquemas eletrônicos e multimídia) e quaisquer outras modalidades de ações de marketing promocional existentes, ou que venham a ser inventadas, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste contrato;
- 16.12.2. A cessão de que trata a alínea anterior “16.12.1.” será por tempo indeterminado, ficando vedada às CONTRATADAS a cobrança de qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato;
- 16.12.3. A CONTRATANTE poderá, a seu critério, utilizar os direitos cedidos, diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato, ou após o prazo de vigência, inclusive em caso de rescisão, não cabendo à CONTRATADA qualquer espécie de remuneração;
- 16.12.4. A juízo da CONTRATANTE, as peças e ações criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos e/ou entidades do Governo do Estado de Pernambuco, sem que caiba a eles ou à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA;
- 16.12.5. Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE;
- 16.12.6. O produto final decorrente da execução do objeto desta licitação será de propriedade do Governo do Estado de Pernambuco, sendo, portanto, proibida a sua divulgação por qualquer meio ou sua reprodução, total ou parcial, sem expressa autorização, ficando a(s) CONTRATADA(S), em caso de descumprimento, sujeita(s) às penalidades aplicáveis;
- 16.13. Os produtos poderão ser objetos de inspeção, que será realizada pelo servidor designado, que deverá observar:
- 16.13.1. Comprovação de que o produto atende às especificações mínimas exigidas neste Termo de Referência;
- 16.13.2. Verificação do estado geral, quantidade e possíveis avarias;
- 16.14. Os produtos deverão estar em perfeito estado, obedecendo às legislações vigentes;
- 16.15. O recebimento do objeto estará rigorosamente condicionado à verificação do atendimento às especificações contidas neste Termo de Referência e no Edital de Licitação;
- 16.16. Será considerada recusa formal a não substituição de objetos defeituosos;
- 16.17. Realizar as entregas conforme as necessidades da CONTRATANTE;
- 16.18. A solicitação será realizada mediante apresentação de documento oficial e/ou e-mail corporativo, expedido por parte da CONTRATANTE à CONTRATADA e acompanhado do controle do tipo “Conta Corrente” das entregas realizadas;

- 16.19. A CONTRATADA deverá prestar os serviços sempre de acordo com os prazos, formato e quantitativo determinados no documento oficial enviado pela CONTRATANTE e especificações descritas no **ITEM 3** e seus subitens;

17. DA PRESTAÇÃO DE CONTAS:

- 17.1. Após a execução de cada ação/evento, a CONTRATADA deverá apresentar, à título de prestação de contas, os seguintes documentos:

17.1.1. Documento de oficialização de demanda, enviado pela CONTRATANTE;

17.1.2. Orçamento final;

17.1.3. Referências de preço:

17.1.3.1. 03 (três) cotações;

17.1.3.2. 03 (três) Notas Fiscais, quando contratação artística, podendo apenas UMA ser referente a serviços prestados à própria EMPETUR, conforme Resolução EMPETUR N°06/2020;

17.1.4. Ordem de Execução dos Serviços emitida pela CONTRATANTE;

17.1.5. Declaração de prestação de serviço e emissão da Nota Fiscal, contendo:

17.1.5.1. Quando da CONTRATADA:

- a) Número e data de emissão da Nota Fiscal;
- b) Descrição dos serviços prestados;

17.1.5.2. Quando da SUBCONTRATADA:

- a) Declaração de subcontratação;
- b) Razão Social da empresa subcontratada;
- c) Número e data de emissão da Nota Fiscal da subcontratada;
- d) Descrição dos serviços prestados;

17.1.6. Comprovações dos serviços prestados:

17.1.6.1. Recibos e/ou Amostras e/ou Comprovações (Material Promocional/Mídias Impressas/Digitais, Peças, Reuniões de Atendimento, etc.);

17.1.6.2. Relatório detalhado, com fotos em ângulo aberto e fechado, evidenciando o local e todos os itens referentes aos serviços prestados, usando como referência de data o jornal do dia;

17.1.7. Comprovante de Inscrição e de Situação Cadastral do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ;

17.1.8. Certidões Regulares:

17.1.8.1. Certidão Conjunta de Tributos Federais, Dívida Ativa da União e Contribuições Sociais;

17.1.8.2. Certificado de Regularidade do FGTS – CRF;

17.1.9. Nota Fiscal;

18. DO PAGAMENTO

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

18.1.1. Percentual de desconto sobre os custos internos, baseados na tabela de preços da Associação de Marketing Promocional (AMPRO), conforme proposta apresentada;

18.1.2. Honorários de acordo com o constante da proposta de preços da CONTRATADA, a serem cobrados da CONTRATANTE, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros;

18.2. As medições serão realizadas por evento executado, de acordo com a fiscalização dos serviços, que serão atestados pelo gestor do contrato;

18.3. O pagamento à CONTRATADA corresponderá apenas ao valor da parte que lhe cabe diretamente, ou seja: custos internos referentes à criação e finalização de peças e honorários incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços cuja produção seja incumbida à terceiros (subcontratados);

18.4. Os custos referentes às passagens aéreas, alimentação e hospedagens, deverão estar incluídos no valor que deverá ser pago à CONTRATADA, não cabendo incidência de honorários, mediante comprovação através das Notas Fiscais dos gastos realizados;

18.5. O pagamento à(s) SUBCONTRATADA(S), corresponderá ao valor dos serviços e/ou produtos por ela(s) efetivamente prestado(s)/fornecido(s)/produzido(s);

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

18.6.1. As Notas Fiscais/Faturas deverão ser entregues na Empresa de Turismo de Pernambuco Eduardo Campos – EMPETUR, sob o protocolo, até o 5º (quinto) dia útil do mês seguinte ao da prestação dos serviços faturados. Após análise técnica feita pelo gestor da contratação sobre os serviços realizados, as referidas faturas, se aprovadas, serão atestadas e enviadas ao setor financeiro da CONTRATANTE para análise fiscal e posterior pagamento;

18.6.2. O pagamento será realizado pela CONTRATANTE por meio de ordem bancária de crédito, mediante depósito em conta-corrente, na agência e estabelecimento bancário indicado pela CONTRATADA, e, se houver, de sua respectiva SUBCONTRATADA, ou por outro meio previsto na legislação vigente, ficando condicionado à comprovação da execução dos serviços, e terá as parcelas apuradas mensalmente, que corresponderão aos

serviços atestados efetivamente no período de cada mês civil, mediante a apresentação da Nota Fiscal/Fatura e atesto do gestor técnico da contratação designado pela CONTRATANTE;

18.6.3. O prazo de pagamento é de 30 (trinta) dias, contados a partir da data da apresentação da Nota Fiscal/Fatura com as certidões regulares da empresa;

18.6.4. Caso ocorra erro ou omissão na fatura ou outra circunstância que desaconselhe o seu pagamento, a CONTRATADA deverá substituí-la, devendo o prazo para pagamento, tanto à CONTRATADA como à(s) sua(s) respectiva(s) SUBCONTRATADA(S), passar a ser contado da data de apresentação da nova Nota Fiscal/Fatura emitida pela CONTRATADA, nos termos do subitem anterior;

18.6.5. Os períodos de atraso por culpa da CONTRATADA e aqueles decorrentes de atrasos nos pagamentos motivados pela não aprovação dos documentos de cobrança, devido a incorreções por parte da CONTRATADA, não serão computados para efeito de atualização monetária de preços;

18.6.6. Nos casos de eventuais atrasos de pagamento, verificados por culpa única e exclusiva da CONTRATANTE, fica convencionado que a taxa de atualização financeira, devida entre a data referida no item 18.6.3. e a correspondente ao efetivo adimplemento da parcela, será calculada mediante a aplicação da seguinte fórmula:

$$EM = I \times N \times VP$$

Onde:

EM = Encargos Moratórios

N = Número de dias entre a data prevista para pagamento e a do efetivo pagamento

VP = Valor da parcela a ser paga

I = Índice de atualização financeira. Assim apurado:

$$I = \frac{(TX/100)}{365}$$

TX = Índice Nacional De Preços Ao Consumidor - IPCA

18.6.6.1. A atualização financeira prevista nesta condição deverá ser incluída na Nota Fiscal/Fatura do mês seguinte ao da ocorrência;

18.6.7. O pagamento fica condicionado à comprovação da regularidade fiscal da CONTRATADA e, no que couber, de sua(s) respectiva(s) SUBCONTRATADA(S), devendo estas apresentarem, antes de cada pagamento, as certidões negativas de débitos, dentro do prazo de validade, junto à Fazenda Públicas Federal e FGTS, sob pena de suspensão do pagamento;

18.7. A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou honorário, quando da utilização, pela CONTRATANTE, de materiais promocionais que tenham sido eventualmente concedidos a terceiros, em qualquer ação de marketing promocional pertinente ao contrato;

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

- 18.9. A CONTRATADA é responsável pelo pagamento dos encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais resultantes da execução do contrato;
- 18.10. Deverão estar inclusos nos preços apresentados todos os gastos com frete, inclusive quaisquer tributos, sejam eles sociais, trabalhistas, previdenciários, fiscais, comerciais ou de qualquer outra natureza, resultantes da execução do contrato;
- 18.11. No caso de despesas internacionais, cobradas em moeda internacional, o valor deverá ser fixado conforme o câmbio do dia da emissão da Nota Fiscal/Fatura;
- 18.12. O pagamento deverá ser efetuado após o fornecimento/prestação do serviço, até o término da vigência do contrato, após apresentação da Nota Fiscal/Fatura devidamente atestada pelo Gestor do Contrato;
- 18.13. O pagamento será por entrega, de acordo com o formato, quantitativo e valor dos itens efetivamente fornecidos;
- 18.14. A devolução da fatura não aprovada pela CONTRATANTE por conter incorreções não poderá servir de pretexto para que a CONTRATADA suspenda a execução dos serviços;
- 18.15. Os valores decorrentes de indenizações e/ou de multas eventualmente registradas serão descontados mensalmente da fatura;
- 18.16. A CONTRATANTE poderá sustar o pagamento de qualquer Nota Fiscal/Fatura, no todo ou em parte, caso seja constatado que a CONTRATADA não cumpriu quaisquer das obrigações contratuais assumidas;
- 18.17. O pagamento só poderá ser efetuado se a CONTRATADA estiver em situação regular no CADASTRO DE FORNECEDORES DO ESTADO DE PERNAMBUCO (CADFOR);

19. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

- 19.1. À CONTRATANTE é reservado o direito de exercer a mais ampla e completa fiscalização sobre o cumprimento das especificações e condições do contrato, se obrigando a:
- 19.1.1. Designar servidores para a gestão e fiscalização da execução do contrato;
- 19.1.2. Tomar todas as providências necessárias ao fiel cumprimento das cláusulas deste Termo de Referência;
- 19.1.3. Realizar a solicitação dos serviços obedecendo os critérios definidos nos ITENS "16.2" e "16.3". Caso haja a necessidade de um prazo menor, este deverá ser acordado entre CONTRATANTE e CONTRATADA;
- 19.1.4. Agendar reuniões com a CONTRATADA para tratar de assuntos referentes à produção;
- 19.1.5. Fiscalizar os fornecimentos de acordo com o material especificado, quantidades e qualidades, conforme legislação vigente;

- 19.1.6. Fornecer à CONTRATADA as informações e esclarecimentos que eventualmente venham a ser solicitados, e que digam respeito à natureza dos objetos a serem fornecidos, durante o planejamento e execução dos serviços acima descritos;
- 19.1.7. Cumprir e fazer cumprir as cláusulas contratuais;
- 19.1.8. Acompanhar e fiscalizar a execução do serviço objeto do presente Termo de Referência, conforme especificações contidas no **ITEM 3**;
- 19.1.9. Atestar a qualidade do material fornecido e do serviço prestado, verificando a conformidade dos objetos entregues com as especificações registradas e com o quantitativo solicitado na autorização de prestação de serviço, reprovando ou aprovando;
- 19.1.10. Comunicar à CONTRATADA as ocorrências de quaisquer fatos que, a seu critério, exijam medidas corretivas por parte daquela;
- 19.1.11. Rejeitar os objetos que não atendam aos requisitos elencados nas especificações indicadas e comunicar por escrito à CONTRATADA a não aceitação desses objetos, apontando as razões de sua não adequação aos termos contratuais;
- 19.1.12. Aplicar as penalidades regulamentares e contratuais cabíveis;
- 19.1.13. Conferir as notas fiscais e certidões regulares, de acordo com a solicitação de fornecimento do objeto, através do documento oficial enviado pela CONTRATANTE;
- 19.1.14. Encaminhar a nota fiscal/fatura, devidamente atestada pelo gestor do contrato, com as certidões regulares, para a liberação do pagamento;
- 19.1.15. Realizar o pagamento dos serviços efetivamente prestados no prazo estabelecido;

20. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA:

- 20.1. A CONTRATADA é a única e exclusiva responsável por toda a execução contratual e, além das obrigações previstas em lei e das normas aplicáveis para a perfeita execução dos serviços contratados, se obriga a:
 - 20.1.1. Atender com presteza à solicitação do Gestor/Fiscal do Contrato;
 - 20.1.2. Atender às normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) e demais normas internacionais pertinentes ao objeto contratado;
 - 20.1.3. Elaborar um projeto para a execução do objeto contratado, com planejamento, conceito, peças, planta baixa (se houver), perspectiva de espaço (se houver) e detalhamento da decoração (se houver), ambientação (se houver), mobiliário (se houver), de todo o material promocional que será utilizado, ficha funcional dos técnicos que atuarão (se houver) e planilha detalhada de todos os serviços, os quais passarão por prévia aprovação da EMPETUR;
 - 20.1.4. Sujeitar-se à mais ampla e irrestrita fiscalização por parte da CONTRATANTE, prestando todos os esclarecimentos solicitados, informando previamente toda e qualquer alteração

nas condições de execução/fornecimento do objeto que atinja direta ou indiretamente a CONTRATANTE;

- 20.1.5. Responsabilizar-se pela execução de todas as fases da ação: planejamento, assessoria, organização, coordenação e administração (pré, trans e pós);
- 20.1.6. Responsabilizar-se pela locação, instalação e manutenção de todo equipamento de audiovisual, comunicação, informática, elétricos, e outros, necessários ao funcionamento das ações desenvolvidas;
- 20.1.7. Responsabilizar-se pela comunicação visual, incluindo serviços de impressão gráfica, para a produção de painéis, totens, placas, banners e, ainda, qualquer outro material necessário à execução do objeto;
- 20.1.8. Cumprir com toda a logística necessária à plena execução do objeto, inclusive no tocante ao transporte e na montagem de estrutura, e pelo custeio das despesas;
- 20.1.9. Recepção e armazenamento de material promocional produzido diretamente pela EMPETUR, para distribuição nos eventos.
- 20.1.10. Recolher e armazenar os materiais eventualmente não utilizados;
- 20.1.11. Executar o serviço sob sua responsabilidade, de acordo com as especificações constantes neste Termo de Referência, previstos em sua proposta, com qualidade e excelência;
- 20.1.12. Cumprir e fazer cumprir, por parte dos seus empregados e prepostos, as normas estabelecidas neste Termo de Referência, com pontualidade e nas datas e horários estabelecidos no documento oficial de solicitação dos serviços, enviado pela CONTRATANTE;
- 20.1.13. Acatar todas as decisões e observações feitas pela fiscalização da CONTRATANTE;
- 20.1.14. Responder, perante a EMPETUR, mesmo em caso de ausência ou omissão da fiscalização, indenizando-a devidamente por quaisquer atos ou fatos lesivos aos seus interesses, que possam interferir na execução do contrato, que sejam eles praticados por empregados, prepostos ou mandatários seus. A responsabilidade se estenderá a danos causados a terceiros, devendo a CONTRATADA adotar medidas preventivas contra esses danos, com fiel observância às normas emanadas das autoridades competentes e das disposições legais vigentes;
- 20.1.15. Assumir inteira responsabilidade pela execução do objeto, devendo a entrega receber prévia aprovação da CONTRATANTE, que se reserva o direito de recusá-la, caso não satisfaça aos padrões exigidos;
- 20.1.16. Comunicar à CONTRATANTE qualquer problema ocorrido ou observado durante a execução dos serviços;
- 20.1.17. Substituir imediatamente qualquer produto que esteja em desconformidade com o solicitado ou que apresente qualidade inferior;

- 20.1.18. Reparar danos e sanar todos os vícios do objeto, de acordo com os artigos 12, 13 e 17 a 27 do Código de Defesa do Consumidor (Lei N°8.078/1990), bem como aos parâmetros descritos por este Termo de Referência;
- 20.1.19. Responsabilizar-se, pecuniariamente, por todos os danos e/ou prejuízos que forem causados à União, Estado, Município e/ou terceiros, decorrentes da má prestação do serviço;
- 20.1.20. Caberá à CONTRATADA todo e qualquer procedimento de contato com as SUBCONTRATADAS;
- 20.1.21. Acatar, em caso de impossibilidade de realização, decisão da EMPETUR em contratar serviços terceirizados considerados de natureza excepcional;
- 20.1.22. Emitir Nota Fiscal/Fatura conforme o serviço efetivamente prestado;
- 20.1.23. Fornecer, juntamente com a nota fiscal, as certidões regulares;
- 20.1.24. Manter, durante todo o prazo de vigência do contrato, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas no Edital, relativas à licitação, inclusive às condições de cadastramento no CADASTRO DE FORNECEDORES DO ESTADO DE PERNAMBUCO - CADFOR, inclusive das SUBCONTRATADAS, as quais serão observadas mensalmente, quando dos pagamentos;
- 20.1.25. Manter à disposição da EMPETUR equipe técnica com experiência profissional condizente com o objeto deste Termo de Referência, e escritório e/ou preposto na Região Metropolitana do Recife (RMR);
- 20.1.26. Manter suporte inerente aos trabalhos a serem executados, garantindo um serviço de alto padrão, sem nenhum custo adicional à CONTRATANTE;
- 20.1.27. Responsabilizar-se pelos encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais, resultantes da execução dos serviços, inclusive com pessoal, os quais não terão qualquer vínculo empregatício com a CONTRATANTE;
- 20.1.28. Assegurar as plenas condições materiais, logísticas e de recursos humanos para a realização dos eventos objeto deste contrato;
- 20.1.29. Cumprir todas as orientações da CONTRATANTE;
- 20.1.30. Levar, imediatamente, ao conhecimento da EMPETUR qualquer fato extraordinário ou anormal que ocorra durante a execução dos serviços, para adoção de medidas cabíveis;
- 20.1.31. Disponibilizar, a qualquer tempo, toda a documentação referente ao pagamento dos tributos, seguros, encargos sociais, trabalhistas e previdenciários relacionados com o objeto do contrato;

21. DA GESTÃO E FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

- 21.1. Não obstante a CONTRATADA ser a única e exclusiva responsável por toda execução contratual, à CONTRATANTE é reservado o direito de, sem que de qualquer forma restringir a plenitude dessa responsabilidade, exercer a mais ampla e completa fiscalização, diretamente ou por prepostos designados;
- 21.2. A gestão e fiscalização do contrato serão exercidas por servidores designados pela CONTRATANTE;
- 21.3. O contrato será gerido pela Diretoria de Marketing da Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos – EMPETUR, tendo como gestor e fiscal os seguintes servidores:
- 21.3.1. GESTOR: MÁRIO CAVALCANTI DE ALBUQUERQUE FILHO
- 21.3.1.1. CARGO: Gerente de Marketing
- 21.3.1.2. MATRÍCULA: 8462-0
- 21.3.1.3. E-MAIL: mario.albuquerque@empetur.pe.gov.br
- 21.3.1.4. Telefone: (81)3182.8199
- 21.3.2. FISCAL: YANE CLAUDINO DOS SANTOS
- 21.3.2.1. CARGO: Executiva Sênior
- 21.3.2.2. MATRÍCULA: 8555-3
- 21.3.2.3. E-MAIL: yane.santos@empetur.pe.gov.br
- 21.3.2.4. Telefone: (81)3182.8199
- 21.4. CABE AO FISCAL DO CONTRATO:
- 21.4.1. Responsabilizar-se pela vigilância e garantia da regularidade e adequação dos serviços;
- 21.4.2. Ter pleno conhecimento dos termos contratuais que irá fiscalizar, sobretudo de suas cláusulas, assim como das condições constantes do edital e seus anexos, com vistas a identificar as obrigações “*in concreto*”, tanto da CONTRATANTE quanto da CONTRATADA;
- 21.4.3. Conhecer e reunir-se com o preposto da CONTRATADA, com a finalidade de definir e estabelecer estratégias de execução do objeto, bem como traçar metas de controle, fiscalização e acompanhamento do contrato;
- 21.4.4. Disponibilizar toda a infraestrutura necessária, assim como definido no contrato e dentro dos prazos estabelecidos;
- 21.4.5. Exigir da CONTRATADA o fiel cumprimento de todas as condições contratuais assumidas, constantes das cláusulas e demais condições do edital de licitação e seus anexos, planilhas, cronogramas, etc.;

- 21.4.6. Comunicar à administração a necessidade de alterações do quantitativo do objeto ou modificação da forma de execução em razão de fato superveniente ou de outro qualquer que possa comprometer a aderência contratual e seu efetivo resultado;
- 21.4.7. Recusar serviço irregular, não aceitando material diverso daquele que se encontra especificado no edital da licitação e respectivo contrato, assim como observar, para o correto recebimento, a hipótese de outro oferecido em proposta e com qualidade superior ao especificado e aceito pela Administração;
- 21.4.8. Comunicar por escrito qualquer falta cometido pela contratada;
- 21.4.9. Comunicar formalmente ao gestor do contrato as irregularidades cometidas passíveis de penalidade, após contatos prévios com a CONTRATADA;
- 21.4.10. Controlar a qualidade e a quantidade dos materiais utilizados e dos serviços executados, rejeitando aqueles julgados não satisfatórios;
- 21.4.11. Exigir da CONTRATADA a modificação de metodologias inadequadas, para melhor qualidade na execução do objeto licitado;
- 21.4.12. Zelar pela fiel execução do objeto e pleno atendimento às especificações explícitas ou implícitas;
- 21.4.13. Estabelecer diretrizes, dar e receber informações sobre a execução do contrato;
- 21.4.14. Levar ao conhecimento dos seus superiores aquilo que ultrapassar às suas possibilidades de correção;
- 21.5. CABE AO GESTOR DO CONTRATO:
- 21.5.1. Ter pleno conhecimento dos termos contratuais, sobretudo de suas cláusulas, assim como das condições constantes do edital e seus anexos;
- 21.5.2. Acompanhar e observar o cumprimento das cláusulas contratuais;
- 21.5.3. Orientar o fiscal do contrato à adequada observância das cláusulas contratuais;
- 21.5.4. Analisar os relatórios e documentos enviados pelos fiscais do contrato;
- 21.5.5. Consolidar as avaliações recebidas e encaminhar as consolidações e os relatórios à CONTRATADA;
- 21.5.6. Emitir avaliação da qualidade do serviço;
- 21.5.7. Propor a aplicação de sanções administrativas pelo descumprimento das cláusulas contratuais apontadas pelos fiscais;
- 21.5.8. Solicitar abertura de processo administrativo visando à aplicação das penalidades cabíveis, garantindo a defesa prévia à CONTRATADA;
- 21.5.9. Apurar os percentuais de descontos da fatura correspondente;
- 21.5.10. Atestar as Notas Fiscais referentes aos serviços efetivamente prestados;

21.5.11. Providenciar o pagamento das faturas emitidas pela contratada, mediante a observância das exigências contratuais e legais;

21.5.12. Manter atualizado o controle dos pagamentos efetuados, observando que o valor do contrato não seja ultrapassado;

22. DAS PENALIDADES

22.1. Constituem ilícito administrativo, sem prejuízo das sanções penais cabíveis:

22.1.1. O desatendimento injustificado das obrigações assumidas;

22.1.2. A não celebração do contrato, mediante convocação dentro do prazo de validade da proposta;

22.1.3. Deixar de entregar ou apresentar documentação falsa exigida para o certame;

22.1.4. Ensejar o retardamento da execução de seu objeto;

22.1.5. Não manter a proposta;

22.1.6. Falhar ou fraudar na execução do contrato;

22.1.7. Comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude fiscal;

22.2. Serão aplicadas à CONTRATADA, caso incorra nas faltas referidas no subitem anterior, segundo a natureza e a gravidade da falta, assegurados a ampla defesa e o contraditório, as sanções previstas nos arts. 83 e 84 da Lei federal nº 13.303/2016;

22.3. Nas hipóteses previstas no subitem 22.1, a CONTRATADA poderá apresentar sua defesa no prazo de 10 (dez) dias úteis, contados da notificação do ato, sendo facultada a produção de todas as provas admitidas em direito, por iniciativa própria e às suas expensas;

22.4. A inexecução contratual, inclusive por atraso injustificado na execução do contrato, sujeitará a CONTRATADA, além das sanções referidas no subitem 22.2, as seguintes penalidades:

22.4.1. Advertência;

22.4.2. Multa de 0,1% (zero vírgula um por cento) por dia de atraso, sobre o valor total do serviço entregue em atraso;

22.4.3. Multa de 10% (dez por cento) sobre o valor total do serviço entregue, quando o atraso for superior a 30 (trinta) dias. A aplicação da multa prevista neste item não excluirá a aplicação da multa contida no item anterior;

22.5. Suspensão temporária do direito de licitar e de contratar com a Administração por período não superior a 02(dois) anos e, se for o caso, descredenciamento no CADFOR pelo prazo de até 05(cinco) anos ou enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou, ainda, até que seja promovida a reabilitação perante a autoridade que aplicou a penalidade;

- 22.6. A inexecução total ou parcial das obrigações contidas no instrumento contratual ensejará a sua rescisão e as consequências previstas em lei;
- 22.7. A aplicação de multa não excluirá a aplicação de outras penalidades previstas em lei;
- 22.8. As multas serão descontadas do pagamento, cobradas administrativamente, ou ainda, quando for o caso, judicialmente, pelo rito e com os encargos da execução fiscal;
- 22.9. A aplicação das penalidades acima descritas, far-se-á após a realização de regular processo administrativo;
- 22.10. A suspensão de participação em licitação e o impedimento de contratar com a Administração serão graduados pelos seguintes prazos, observando limite estabelecido no Inciso III, Art. 83, Lei Federal nº 13.303/16:
- 22.10.1. 6 (seis) meses, no caso de:
- 22.10.1.1. Aplicação de duas penas de advertência, no prazo de 12 (doze) meses, sem que a CONTRATADA tenha adotado as medidas corretivas no prazo determinado pela Administração;
- 22.10.1.2. Alteração da quantidade ou qualidade do serviço executado;
- 22.10.2. 12 (doze) meses, no caso de retardamento imotivado da execução de obra, de serviço, de suas parcelas ou do fornecimento de bens;
- 22.10.3. 24 (vinte e quatro) meses, no caso de:
- 22.10.3.1. Entregar como verdadeira mercadoria falsificada, adulterada, deteriorada ou danificada;
- 22.10.3.2. Paralisação do serviço, de obra ou de fornecimento de bens sem justa fundamentação e prévia comunicação à Administração;
- 22.10.3.3. Praticar ato ilícito visando frustrar os objetivos da licitação no âmbito da Administração Estadual;
- 22.11. A aplicação das sanções a que se sujeita a CONTRATADA, inclusive a de multa, aplicada nos termos do item 22.4, não impede que a CONTRATANTE rescinda unilateralmente o contrato e aplique as demais sanções previstas na legislação de regência;
- 22.12. Todas as penalidades previstas serão aplicadas por meio de processo administrativo, sem prejuízo das demais sanções civis ou penais estabelecidas em lei;
- 22.13. A sanção de multa poderá ser aplicada à CONTRATADA juntamente com a de impedimento de licitar e contratar estabelecida no subitem "22.5." desta cláusula;
- 22.14. Nenhuma penalidade será aplicada sem o devido Processo Administrativo de Aplicação de Penalidade PAAP, devendo ser observado o disposto no Decreto Estadual nº 42.191/2015;

- 22.15. A critério da autoridade competente, o valor da multa poderá ser descontado do pagamento a ser efetuado ao contratado, inclusive antes da execução da garantia contratual exigida, quando esta não for prestada sob a forma de caução em dinheiro;
- 22.16. Caso o valor a ser pago ao contratado seja insuficiente para satisfação da multa, a diferença será descontada da garantia contratual exigida;
- 22.17. Caso a faculdade prevista no subitem 22.15 não tenha sido exercida ou verificada a insuficiência da garantia exigida para satisfação integral da multa, o saldo remanescente será descontado de pagamentos devidos ao contratado;
- 22.18. Após esgotados os meios de execução direta da sanção de multa indicados nos itens anteriores, o contratado será notificado para recolher a importância devida no prazo de 15 (quinze) dias, contados do recebimento da comunicação oficial;
- 22.19. Decorrido o prazo previsto no subitem 22.18, a contratante encaminhará a multa para cobrança judicial;
- 22.20. Caso o valor da garantia exigida seja utilizado, no todo ou em parte, para o pagamento da multa, esta deve ser complementada pelo contratado no prazo de até 10 (dez) dias úteis, a contar da solicitação da CONTRATANTE;
- 22.21. A Administração poderá, em situações excepcionais devidamente motivadas, efetuar a retenção cautelar do valor da multa antes da conclusão do procedimento administrativo;

23. DAS CONSIDERAÇÕES FINAIS

- 23.1. O objeto do presente Termo de Referência não tem relação com serviços de publicidade e propaganda, os quais são regidos pela Lei N°4.680/1965 e pela Lei N°12.232/2010, que estabeleceram normas para licitações e contratos para serviços de publicidade e propaganda na Administração Pública, cuja atividade é regida pelo CENP – Conselho Executivo de Normas Padrão, que regulamenta a criação, execução e a distribuição de propaganda aos veículos e meios de comunicação com o objetivo de promover a venda de bens e/ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral. Sendo assim, não se aplicam às ações de publicidade e propaganda as que tenham por finalidade a realização de projetos ou ações promocionais de qualquer natureza;
- 23.2. Mesmo realizada sob uma perspectiva simulada, com objetivo de avaliar o trabalho integrado desenvolvido pelas empresas concorrentes, todos os dados presentes no briefing (ANEXO I) são baseados na realidade da CONTRATANTE e de seus públicos, devendo as concorrentes tomar dados e elementos reais para desenvolver seus pressupostos e propostas;
- 23.3. O produto final decorrente da execução do exercício desta licitação será propriedade da Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos - EMPETUR, não sendo passível de remuneração de nenhuma ordem por parte das candidatas não classificadas;
- 23.4. CONTRATADA é vedada de colocar sua logomarca e/ou outros sinais, que possam ser caracterizados como divulgação ou propaganda;

24. DOS ANEXOS

- 24.1. ANEXO I – Constitui anexo deste Termo de Referência, bem como do Edital de Licitação, dele fazendo parte integrante, o BRIEFING para construção do “PROJETO SIMULADO DE MARKETING PROMOCIONAL”, que constitui a primeira etapa do Volume Técnico;
- 24.2. ANEXO II – Também constitui-se anexo a este Termo de Referência o modelo de Propostas de Preço, que devem ser feitas em papel timbrado da concorrente, seguindo estritamente sua composição, que serão acondicionadas no “ENVELOPE E – PROPOSTA FINANCEIRA”, como especifica o ITEM 12 deste instrumento.

Olinda, 26 de agosto de 2021.

MÁRIO FILHO

Gerente de Marketing/ Gestor do Contrato

EMPETUR – Diretoria de Marketing

MINUTA

CONCORRÊNCIA N° _____/2021
PROCESSO LICITATÓRIO N° _____/2021

ANEXO I - BRIEFING

1. INTRODUÇÃO:

O marketing é uma das principais ferramentas utilizadas por empresas e organizações para entender, dialogar e lidar com seus públicos, nos mais diversos níveis. No mundo contemporâneo, o marketing engloba um conjunto de atividades e ferramentas, através das quais as empresas e organizações criam transferência de valor (trocas) entre elas próprias e seus clientes diretos e indiretos.

Tradicionalmente, o Marketing, através da comunicação, concentrou seus esforços promocionais a partir de ferramentas tradicionais de divulgação como a propaganda e a publicidade. No entanto, o setor turístico, por se tratar de um mercado predominantemente de serviços, se depara com as singularidades deste tipo de atividade. Aqui, ainda mais que em outras atividades, a Comunicação Integrada de Marketing (CIM) precisa lançar mão de um número maior de ferramentas promocionais para levar até o público informações importantes sobre os diversos produtos turísticos. Apenas desta forma e possível construir uma imagem consistente nos diversos tipos de clientes sobre as características destes destinos, tanto sob o ponto de vista de suas características objetivas, quanto na divulgação de seus valores e demais elementos subjetivos que, em conjunto, compõem sua identidade.

O Plano Nacional de Turismo do Ministério do Turismo consolida a Política Nacional de Turismo e apresenta as orientações estratégicas para o desenvolvimento da atividade no Brasil para os próximos anos. Em seu escopo, a promoção dos destinos turísticos é elencada como um dos importantes focos de trabalho e entendida como vital para o crescimento desta indústria no país. Entre as ferramentas que devem ter grande atenção por parte do poder público, o marketing promocional, pela relevância no atual contexto da CIM, torna-se elemento chave de qualquer estratégia que se pretenda exitosa neste setor.

Na gestão pública do turismo, considera-se como marketing promocional todas as técnicas capazes de, por meio da interação junto ao seu público-alvo, alcançar objetivos estratégicos de construção de marca, vendas e fidelização. Para isso, utiliza-se de serviços especializados em organização de ações e promoções, em que se aplicam estratégias, meios e instrumentos ou qualquer serviço que envolva, dentre outros, projetos de qualquer natureza, incluindo-se os culturais, esportivos, sociais, corporativos e públicos, produtos, equipamentos e serviços para realização de projetos e promoções de todos os portes, organização e implementação de feiras, exposições, convenções, seminários, reuniões, encontros, fóruns, simpósios, congressos, cursos, festivais, gincanas, desfiles, festejos, patrocínios, copas e circuitos. Isto posto, fica ainda mais evidente a importância do marketing promocional, não apenas na divulgação dos destinos turísticos, mas também na mudança de comportamento dos mais diversos públicos a curto e longo prazos, em relação a estes produtos da indústria do turismo.

2. A EMPETUR:

Fundada em 1967, a Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos – EMPETUR foi o primeiro organismo estadual de turismo do Brasil, tendo sido, por muitos anos, modelo para criação de outros organismos do gênero, em especial no Nordeste. Em 1992, a EMPETUR tornou-se Empresa de Turismo de Pernambuco S/A, absorvendo a operação do Centro de Convenções de Pernambuco, endereço da sua sede a partir dessa data.

Com a missão de planejar e fomentar o turismo sustentável para o desenvolvimento econômico-social de Pernambuco, valorizando nosso patrimônio cultural e ambiental, a EMPETUR tem a visão futura de ser referência nacional em gestão, posicionando Pernambuco como o principal destino turístico do Nordeste.

Tendo como uma de suas missões a criação e a qualificação de produtos turísticos que caracterizem

a regionalidade, genuinidade e identidade cultural do povo pernambucano, a EMPETUR busca incrementar a indústria do turismo no Estado, diversificando a oferta de produtos turísticos, contribuindo para a estruturação de destinos e segmentos, além de fomentar a consolidação deste mercado de trabalho e do consumo turístico, bem como iniciativas de esporte e lazer que contribuem para a divulgação do turismo no Estado.

Desta maneira, a EMPETUR termina por ser uma agente fundamental no desenvolvimento do turismo pernambucano, em estreita consonância com as políticas econômicas e sociais do executivo estadual.

3. FUNDAMENTOS DE ATUAÇÃO MERCADOLÓGICA:

O marketing promocional de destinos turísticos, pela EMPETUR, deve ter como missão não apenas apoiar a comercialização dos destinos, produtos e serviços turísticos do Estado no mercado regional, nacional e internacional, mas também desenvolver estratégias capazes de potencializar e incrementar o fluxo de turistas em suas várias modalidades. Como ferramenta, a estratégia promocional da empresa deve promover e divulgar o turismo no Estado, de modo a ampliar o ingresso e a circulação de fluxos turísticos em seu território, tornando-se uma das principais ferramentas do mix de comunicação, a serviço do que contemporaneamente se intitula “marketing de destinos”, cuja finalidade é informar, persuadir, recordar, comunicar e sensibilizar os mais diversos públicos de um determinado produto turístico, bem como atrair e conquistar sua fidelidade. Para alcançar esses propósitos, esta ferramenta precisa ser utilizada com eficiência e, de forma ideal, também deve gerar ações que beneficiem a sociedade como um todo.

É importante destacar que, neste conceito, o destino não compreende apenas como uma área geográfica (país, estado ou município), mas sim como um espaço constituído por produtos e serviços, onde atuam várias organizações e indivíduos que, ao agirem entre si de forma sinérgica, possibilitam a prática da atividade turística. O marketing de destino é considerado o ponto neurálgico do marketing turístico, uma vez que seu campo de investigação – o destino em si – congrega e suporta todos os diferentes interesses envolvidos na atividade.

4. DIRETRIZES DE TRABALHO:

4.1. Com o novo cenário que se apresenta devido a pandemia que atingiu todo o mundo e que atividades presenciais como o turismo foram profundamente impactadas, e boa parte dos estabelecimentos e equipamentos turísticos tiveram suas operações proibidas, total ou parcialmente, por serem consideradas de alto risco, incentivar e impulsionar a recuperação do mercado turístico no estado de forma gradual e responsável, além de mostrar que Pernambuco está pronto para receber o turista com todos os protocolos exigidos pelas entidades de saúde;

4.2. O desafio que a EMPETUR apresenta às candidatas do certame é a criação de um plano simulado para uma ação promocional que promova, regional e nacionalmente, Pernambuco como primeira opção de destino e que, em si, represente uma das principais ferramentas de promoção do estado como produto turístico;

4.3. TEMA HIPOTÉTICO: “Pernambuco Como Você Nunca Viu!”

4.3.1. Nessa perspectiva, torna-se necessária a construção de uma proposta que, partindo de um planejamento estratégico consistente, seja capaz de contemplar também a viabilização de sua execução, coordenação e racionalização de recursos necessários, constituindo-se numa ferramenta de prestação de serviços de marketing promocional para o pronto atendimento as diversas demandas do Estado;

4.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE MARKETING PROMOCIONAL:

- 4.4.1.O problema a ser resolvido pelas licitantes consiste na apresentação de projeto de marketing promocional com a finalidade da obtenção do melhor rendimento junto aos diversos níveis de cliente do Estado de Pernambuco como destino turístico;
- 4.4.2.Concepção e planejamento que tomem o projeto atrativo e com relevância para suporte e crescimento da indústria turística do Estado;
- 4.4.3.Desenvolvimento de ação de capacitação para profissionais do setor turístico do país, em particular para os agentes de viagem das maiores operadoras nacionais, ressaltando as diversas opções que Pernambuco oferece e que o estado está pronto para receber o turista com segurança;
- 4.4.4.Desenvolvimento de estratégias de fidelidade ao destino, com campanhas que envolvam não apenas as operadoras de pacotes de turismo, como também agências de viagem, agentes e guias de turismo;
- 4.4.5.Desenvolvimento de estratégia promocional em locais de grande circulação de potenciais consumidores deste pacote (cliente final) nas principais cidades emissoras de turistas para os destinos do Estado, sempre mantendo todas as exigências dos novos protocolos de saúde;

5. O CASO DE MARKETING PROMOCIONAL:

- 5.1. A indústria do turismo de Pernambuco é um eixo de vital importância para o fortalecimento e diversidade da economia do estado, particularmente pelo seu potencial de gerar emprego e renda. Partindo deste paradigma, a EMPETUR é um importante agente do desenvolvimento desta indústria no estado, tendo como foco o planejamento operacional das ações de turismo e a realização de ações de fomento, articulação e gestão turísticas.

Iniciando nosso olhar para Pernambuco como destino turístico, encontramos um produto de aspecto multifacetado que precisa ser melhor explorado e trabalhado em sua diversidade. Um produto, hoje, que já tem atrações e um ecossistema de negócios de turismo pujante em funcionamento, ao contrário de outros estados do país.

Ao lado das belezas naturais e da cultura, aspectos primordialmente trabalhados para o turismo do estado, gerir a imagem de pólo regional para o turismo de negócios é uma das questões que pode e deve ser explorada nas estratégias a serem desenvolvidas. Pernambuco se destacou como destino mais procurado na pandemia, exatamente devido à sua diversidade de opções. Olhar para o interior do Estado é essencial, trabalhando o conceito “Bora Pernambucar”, já usado pela EMPETUR em suas campanhas, e os diversos núcleos que podem explorar, do turismo enogastronômico (ex.: Petrolina) ao turismo rural e de aventura (ex.: Bonito). Esta região tem amplo potencial e pode se tornar o principal alvo do crescimento do setor, gerando novas colocações de trabalho em regiões com menor renda per capita e maior necessidade de investimentos governamentais.

Partindo do aspecto geográfico, Pernambuco ainda tem uma posição extremamente favorável, podendo ser abordado como núcleo de recepção de turistas para toda a região nordeste. Além de um amplo acesso à costa, através de rodovias e um moderno porto para passageiros, o Estado conta com o Aeroporto Internacional dos Guararapes Gilberto Freyre, com infraestrutura em condições de receber mais de 16,5 milhões de passageiros por ano e a

maior pista de pouso da região, adequada às mais modernas aeronaves para voos internacionais. Com mais de 88 mil leitos de hospedagens, sendo em sua maioria na Região Metropolitana do Recife (RMR), este aspecto de concentrador para os destinos turísticos do Nordeste do país é fundamental para uma economia com um setor terciário extremamente desenvolvido, o que gera um número de negócios significativo para a região, através da aquisição de serviços e da movimentação do comércio na chegada e partida destes turistas.

Outra questão importante na hora de construir as estratégias para a exposição do destino é a observação dos aspectos sazonais, que interferem na atratividade dos roteiros turísticos do estado como produto. Hoje, como as festas populares e as atividades do turismo de “sol e mar” são os principais aspectos que trazem turistas para Pernambuco, o fluxo de visitantes fica extremamente sensível às questões sazonais (verão – festas populares). A estratégia a ser desenvolvida pelas candidatas deve atacar os pontos mais sensíveis do calendário, sendo abrangente o suficiente para ampliar a demanda, além desta faixa de tempo. Turismo rural, de aventura, de compras, de negócios, entre outros, são opções que precisam ser trabalhadas para aumentar o potencial do nosso produto turístico, otimizando a infraestrutura existente em momentos que existe maior ociosidade.

Olhando o amplo contexto favorável, a liderança do setor público é fundamental para um crescimento ainda mais expressivo desta indústria em Pernambuco, fato que está diretamente relacionado ao planejamento das atividades relacionadas ao turismo. Cabe às licitantes desenvolver um projeto que possa inicialmente sensibilizar e preparar o trade turístico para além de atingir o público final, e seja capaz de criar pontes relacionais com todo o ciclo de negócios de turismo: emissores, receptivo e turistas. Ao desenvolver este trabalho, dentro das novas perspectivas apresentadas, fica claro o desafio de maximizar os resultados da verba oferecida a título de exercício com estratégias de grande força experiencial, tanto na dimensão do turismo de negócios, quanto no turismo de lazer.

5.2. DESENVOLVIMENTO DA AÇÃO PROMOCIONAL:

5.2.1.O Plano Simulado:

5.2.1.1. O plano apresentado pelas candidatas deve seguir as informações contidas neste briefing e as diretrizes de conteúdo e formatação presentes em edital para desenvolver, de forma simulada, uma ação promocional itinerante que, em si, seja a proposta estratégica promocional para o restante do ano em curso;

5.2.2.Recursos disponíveis e área de atuação:

5.2.2.1. Para as concorrentes será destinada uma verba máxima de R\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais) para a realização deste projeto que deve contemplar as 14 áreas designadas pela EMPETUR como prioritárias para ação. Conforme quadro a seguir, cada uma destas cidades/grupos deve ter o planejamento ajustado para o período da ação e os esforços de investimento na proporção do tamanho dos mercados emissores, bem como pelos demais indicadores da região:

CIDADE	UF	RANKING/UF
Belo Horizonte	MG	5°
Brasília	DF	7°

Campinas	SP	1°
Curitiba/Londrina/Maringá	PR	8°
Fortaleza	CE	3°
Goiânia	GO	12°
João Pessoa/Campina Grande	PB	6°
Maceió	AL	11°
Natal	RN	9°
Porto Alegre	RS	10°
Ribeirão Preto	SP	1°
Rio de Janeiro/Niterói	RJ	2°
Salvador	BA	4°
Uberaba/Uberlândia	MG	5°

5.2.3. Operadoras de Turismo:

- 5.2.3.1. As operadoras de Turismo e as agências de viagens são peças vitais no ciclo de negócios desta indústria e precisam ser sensibilizadas de forma específica para tornar-se um produto efetivo para o público final. Seu trabalho começa no diagnóstico da localidade escolhida, fazendo uma análise da real vocação da região, os atrativos que ela possui, a qualidade da infraestrutura turística e dos serviços oferecidos;
- 5.2.3.2. Nesta dimensão, qualquer estratégia desenvolvida pelas concorrentes precisa contemplar de forma significante este segmento de mercado;

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS:

- 6.1. Além da necessária estruturação e programação que permitam o pleno desenvolvimento da temática do projeto, as candidatas deverão aplicar os recursos financeiros com equilíbrio, demonstrando plena exequibilidade da proposta, sempre que possível trazendo conteúdos sob forma de planilhas e/ou descritivos, de modo a permitir a análise de pertinência e adequação;
- 6.2. É extremamente desejável que as propostas contemplem inovações e soluções que surpreendam e, ao mesmo tempo, sejam eficazes na busca por resultados, bem como no escopo de seus textos demonstrem como irão executar estes projetos e prestar contas das atividades realizadas.

MINUTA

CONCORRÊNCIA N° _____/2021
PROCESSO LICITATÓRIO N° _____/2021

ANEXO II – MODELO DE PROPOSTA FINANCEIRA

____(Local e Data)____

À Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos – EMPETUR

____(nome da Comissão de Licitação)____

CONCORRÊNCIA N° XX/2021

PROCESSO N° XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Assunto: Proposta Financeira

Prezados Senhores,

A empresa infra-assinada vem apresentar sua Proposta Financeira para prestação de serviços especializados EM MARKETING PROMOCIONAL, para execução dos serviços objeto da licitação acima especificada, de acordo com o Edital em referência e Proposta Técnica, para atendimento às demandas da Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos - EMPETUR.

1. Propomos a seguinte remuneração:

- a) **Desconto de xx% (xxxxxx)**, a ser concedido à EMPRESA DE TURISMO DE PERNAMBUCO S/A - EMPETUR sobre os custos internos, realizados pela própria licitante, baseados na tabela da **Associação de Marketing Promocional (AMPRO)**;
- b) **Honorários sobre serviços de terceiros de xx% (xxxxxxxx)**, a serem cobrados da EMPRESA DE TURISMO DE PERNAMBUCO S/A - EMPETUR, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja execução seja incumbida a terceiros sob nossa supervisão;

2. Declaramos que:

- 2.1. É de nossa inteira responsabilidade o recolhimento de todos os impostos, taxas, encargos sociais, previdenciários, trabalhistas, securitários, fiscais, ISS, além de todas e quaisquer despesas, diretas e ou indiretas, que se fizerem necessárias à execução do objeto do contrato;
- 2.2. Nos preços propostos estarão inclusos todos os tributos e despesas com materiais e mão de obra, seja qual for a sua natureza, representando a compensação integral pela prestação dos serviços;
- 2.3. Indicamos a seguinte conta bancária – Banco _____, Agência _____ e número da conta corrente _____ – para efeito de pagamento contra a prestação do fornecimento/ serviço prestado;
- 2.4. Esta Proposta de Preços nos obriga e está sujeita às modificações resultantes das negociações do Contrato, e permanecerá válida pelo prazo de 90 (noventa) dias corridos;
- 2.5. Estamos cientes de que Vv. Sas. não estão obrigados a aceitar qualquer proposta recebida;

- 2.6. Os serviços terão início de forma imediata na data de assinatura do contrato e serão executados conforme condições e especificações constantes do Edital e seus Anexos;
- 2.7. Tomamos conhecimento de todas as condições que possam orientar a elaboração completa da proposta de preços;
- 2.8. Temos ciência e estamos de acordo com todas as exigências do Edital/Termo de Referência;
- 2.9. Caso nos seja adjudicado o objeto da licitação, comprometemo-nos a assinar o contrato no prazo determinado no Edital e, para esse fim, fornecemos os seguintes dados:

2.9.1.DADOS DA EMPRESA:

Razão Social;
CNPJ;
Endereço;
Telefone;
E-mail;
CEP;
Cidade;
UF;

2.9.2.DADOS DO(S) REPRESENTANTE(S) LEGAL(IS) DA EMPRESA PARA ASSINATURA DO CONTRATO:

Nome;
Endereço;
CEP;
Cidade;
UF;
RG;
Órgão Expedidor;
CPF;
Cargo/Função;
Naturalidade;
Nacionalidade;

Atenciosamente,

____(assinatura da Licitante)____
____(nome e cargo do signatário)____

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 0031.2021.CPL.CC.0001.EMPETUR
ANEXO III – MODELO DE PROPOSTA

____(Local e Data)____

À Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos – EMPETUR

____(nome da Comissão de Licitação)____

CONCORRÊNCIA Nº XX/2021

PROCESSO Nº XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Assunto: Proposta Financeira

Prezados Senhores,

A empresa infra-assinada vem apresentar sua Proposta Financeira para prestação de serviços especializados EM MARKETING PROMOCIONAL, para execução dos serviços objeto da licitação acima especificada, de acordo com o Edital em referência e Proposta Técnica, para atendimento às demandas da Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos - EMPETUR.

1. Propomos a seguinte remuneração:

- a) **Desconto de xx% (xxxxxx)**, a ser concedido à EMPRESA DE TURISMO DE PERNAMBUCO S/A - EMPETUR sobre os custos internos, realizados pela própria licitante, baseados na tabela da **Associação de Marketing Promocional (AMPRO)**;
- b) **Honorários sobre serviços de terceiros de xx% (xxxxxxxx)**, a serem cobrados da EMPRESA DE TURISMO DE PERNAMBUCO S/A - EMPETUR, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja execução seja incumbida a terceiros sob nossa supervisão;

2. Declaramos que:

- 2.1. É de nossa inteira responsabilidade o recolhimento de todos os impostos, taxas, encargos sociais, previdenciários, trabalhistas, securitários, fiscais, ISS, além de todas e quaisquer despesas, diretas e ou indiretas, que se fizerem necessárias à execução do objeto do contrato;
- 2.2. Nos preços propostos estarão inclusos todos os tributos e despesas com materiais e mão de obra, seja qual for a sua natureza, representando a compensação integral pela prestação dos serviços;
- 2.3. Indicamos a seguinte conta bancária – Banco _____, Agência _____ e número da conta corrente _____ – para efeito de pagamento contra a prestação do fornecimento/ serviço prestado;

- 2.4. Esta Proposta de Preços nos obriga e está sujeita às modificações resultantes das negociações do Contrato, e permanecerá válida pelo prazo de 90 (noventa) dias corridos;
- 2.5. Estamos cientes de que Vv. Sas. não estão obrigados a aceitar qualquer proposta recebida.
- 2.6. Os serviços terão início de forma imediata na data de assinatura do contrato e serão executados conforme condições e especificações constantes do Edital e seus Anexos;
- 2.7. Tomamos conhecimento de todas as condições que possam orientar a elaboração completa da proposta de preços;
- 2.8. Temos ciência e estamos de acordo com todas as exigências do Edital/Termo de Referência;
- 2.9. Caso nos seja adjudicado o objeto da licitação, comprometemo-nos a assinar o contrato no prazo determinado no Edital e, para esse fim, fornecemos os seguintes dados:

2.9.1.DADOS DA EMPRESA:

Razão Social; CNPJ; Endereço; Telefone; E-mail; CEP; Cidade; UF;

2.9.2.DADOS DO(S) REPRESENTANTE(S) LEGAL(IS) DA EMPRESA PARA ASSINATURA DO CONTRATO:

Nome; Endereço; CEP; Cidade; UF; RG; Órgão Expedidor; CPF; Cargo/Função; Naturalidade; Nacionalidade;

Atenciosamente,

____(assinatura da Licitante)____

____(nome e cargo do signatário)____

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 0031.2021.CPL.CC.0001.EMPETUR
ANEXO IV - MINUTA DO CONTRATO

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS, QUE ENTRE SI CELEBRAM A EMPRESA DE TURISMO DE PERNAMBUCO – EMPETUR S/A, E, DO OUTRO LADO, A EMPRESA _____, EM DECORRÊNCIA DA REALIZAÇÃO DE LICITAÇÃO NA MODALIDADE ESPECIAL DAS ESTATAIS – DISPUTA ABERTA – CONCORRÊNCIA Nº 0001.2021

Por este instrumento de Contrato, a EMPRESA DE TURISMO DE PERNAMBUCO GOVERNADOR EDUARDO CAMPOS - EMPETUR, com sede na Av. Prof. Andrade Bezerra, S/N, Salgadinho, Olinda/PE, inscrita no CNPJ nº 10.931.533/0001-40, neste ato representada pelo Sr. _____ (qualificação e endereço completos), no uso das atribuições que lhe são delegadas pelo _____, daqui por diante designada simplesmente **CONTRATANTE** e do outro lado a empresa _____, inscrita no CNPJ(MF) sob o nº _____, estabelecida na _____, nº _____, representada neste ato pelo Sr. _____ (qualificação e endereço completos), doravante designada simplesmente **CONTRATADA**, têm entre si justo e acordado, e celebram o presente CONTRATO mediante as seguintes cláusulas e condições, que mutuamente outorgam e estabelecem, tudo de acordo com o **PROCESSO LICITATÓRIO Nº 00031.2021.CPL.CC.0001.EMPETUR, CONCORRÊNCIA Nº 0001.2021**, devidamente homologado pela autoridade superior, em ____/____/____.

DO OBJETO

CLÁUSULA PRIMEIRA: Contratação de empresa especializada EM MARKETING PROMOCIONAL, para atendimento às demandas da Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos - EMPETUR, conforme especificações técnicas constantes do Termo de Referência (Anexo I do Edital **PROCESSO LICITATÓRIO Nº 00031.2021.CPL.CC.0001.EMPETUR**, da proposta da **CONTRATADA** e demais documentos constantes do processo licitatório.

DA DOCUMENTAÇÃO

CLÁUSULA SEGUNDA: São partes integrantes deste Contrato, para todos os fins de direito, o processo relativo ao **PROCESSO LICITATÓRIO Nº 00031.2021.CPL.CC.0001.EMPETUR, CONCORRÊNCIA Nº 0001.2021** e todos os seus anexos.

DO REGIME DE EXECUÇÃO

CLÁUSULA TERCEIRA: O regime de execução dos serviços objeto do presente contrato é o de execução indireta por empreitada por preço unitário.

DA VIGÊNCIA CONTRATUAL

CLÁUSULA QUARTA: Os contratos oriundos dessa licitação terão vigência de 12 (doze) meses e vigorarão de ____/____/____ a ____/____/____, em observância aos créditos orçamentários, podendo ser prorrogado, por interesse das partes e havendo disponibilidade orçamentária, em conformidade com o disposto no art. 71 da Lei 13.303/2016.

DO PREÇO

CLÁUSULA QUINTA: A **CONTRATADA** obriga-se a executar o serviço contratado conforme o detalhamento abaixo:

- a) **Desconto de xx% (xxxxxx)**, a ser concedido à EMPRESA DE TURISMO DE PERNAMBUCO S/A - EMPETUR sobre os custos internos, realizados pela própria licitante, baseados na tabela da **Associação de Marketing Promocional (AMPRO)**;
- b) **Honorários sobre serviços de terceiros de xx% (xxxxxxxx)**, a serem cobrados da EMPRESA DE TURISMO DE PERNAMBUCO S/A - EMPETUR, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja execução seja incumbida a terceiros sob nossa supervisão;

DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

CLÁUSULA SEXTA: As despesas decorrentes desta contratação estão programadas em dotação orçamentária própria, prevista no orçamento do Estado de Pernambuco, para exercício de **2021**, na classificação abaixo:

Fonte: 101 – Recursos do Tesouro;

Unidade: 0603 – Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos – EMPETUR;

Atividade: 23.695.004.4312.0000 – Programa de Trabalho: Promoção de Pernambuco com destino Turístico;

Nota de Empenho:

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

DA FORMA DE PAGAMENTO E ATUALIZAÇÃO MONETÁRIA

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

- i. Percentual de desconto sobre os custos internos, baseados na tabela de preços da Associação de Marketing Promocional (AMPRO), conforme proposta apresentada;
- ii. Honorários de acordo com o constante da proposta de preços da **CONTRATADA**, a serem cobrados da **CONTRATANTE**, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros;

Parágrafo Primeiro As medições serão realizadas por evento executado, de acordo com a

fiscalização dos serviços, que serão atestados pelo gestor do contrato;

Parágrafo Segundo O pagamento à CONTRATADA corresponderá apenas ao valor da parte que lhe cabe diretamente, ou seja: custos internos referentes à criação e finalização de peças e honorários incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços cuja produção seja incumbida à terceiros (subcontratados);

Parágrafo Terceiro Os custos referentes às passagens aéreas, alimentação e hospedagens, deverão estar incluídos no valor que deverá ser pago à CONTRATADA, não cabendo incidência de honorários, mediante comprovação através das Notas Fiscais dos gastos realizados;

Parágrafo Quarto O pagamento à(s) SUBCONTRATADA(S), corresponderá ao valor dos serviços e/ou produtos por ela(s) efetivamente prestado(s)/fornecido(s)/produzido(s);

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

- a. As Notas Fiscais/Faturas deverão ser entregues na Empresa de Turismo de Pernambuco Eduardo Campos – EMPETUR, sob o protocolo, até o 5º (quinto) dia útil do mês seguinte ao da prestação dos serviços faturados. Após análise técnica feita pelo gestor da contratação sobre os serviços realizados, as referidas faturas, se aprovadas, serão atestadas e enviadas ao setor financeiro da CONTRATANTE para análise fiscal e posterior pagamento;
- b. O pagamento será realizado pela CONTRATANTE por meio de ordem bancária de crédito, mediante depósito em conta-corrente, na agência e estabelecimento bancário indicado pela CONTRATADA, e, se houver, de sua respectiva SUBCONTRATADA, ou por outro meio previsto na legislação vigente, ficando condicionado à comprovação da execução dos serviços, e terá as parcelas apuradas mensalmente, que corresponderão aos serviços atestados efetivamente no período de cada mês civil, mediante a apresentação da Nota Fiscal/Fatura e atesto do gestor técnico da contratação designado pela CONTRATANTE;
- c. O prazo de pagamento é de 30 (trinta) dias, contados a partir da data da apresentação da Nota Fiscal/Fatura com as certidões regulares da empresa;
- d. Caso ocorra erro ou omissão na fatura ou outra circunstância que desaconselhe o seu pagamento, a CONTRATADA deverá substituí-la, devendo o prazo para pagamento, tanto à CONTRATADA como à(s) sua(s) respectiva(s) SUBCONTRATADA(S), passar a ser contado da data de apresentação da nova Nota Fiscal/Fatura emitida pela CONTRATADA, nos termos do subitem anterior;
- e. Os períodos de atraso por culpa da CONTRATADA e aqueles decorrentes de atrasos nos pagamentos motivados pela não aprovação dos documentos de cobrança, devido a incorreções por parte da CONTRATADA, não serão computados para efeito de atualização monetária de preços;
- f. Nos casos de eventuais atrasos de pagamento, verificados por culpa única e exclusiva da CONTRATANTE, fica convencionado que a taxa de atualização financeira, devida entre a data referida no item “a” e a correspondente ao efetivo adimplemento da parcela, será calculada mediante a aplicação da seguinte fórmula:

$$EM = I \times N \times VP$$

Onde:

EM = Encargos Moratórios

N = Número de dias entre a data prevista para pagamento e a do efetivo pagamento

VP = Valor da parcela a ser paga

I = Índice de atualização financeira. Assim apurado:

$I = \frac{TX}{100}$

365

TX = Índice Nacional De Preços Ao Consumidor – IPCA

- g. A atualização financeira prevista nesta condição deverá ser incluída na Nota Fiscal/Fatura do mês seguinte ao da ocorrência;
- h. O pagamento fica condicionado à comprovação da regularidade fiscal da CONTRATADA e, no que couber, de sua(s) respectiva(s) SUBCONTRATADA(S), devendo estas apresentarem, antes de cada pagamento, as certidões negativas de débitos, dentro do prazo de validade, junto à Fazenda Públicas Federal e FGTS, sob pena de suspensão do pagamento;

Parágrafo Sexto A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou honorário, quando da utilização, pela CONTRATANTE, de materiais promocionais que tenham sido eventualmente concedidos a terceiros, em qualquer ação de marketing promocional pertinente ao contrato;

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

Parágrafo Oitavo A CONTRATADA é responsável pelo pagamento dos encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais resultantes da execução do contrato;

Parágrafo Nono Deverão estar inclusos nos preços apresentados todos os gastos com frete, inclusive quaisquer tributos, sejam eles sociais, trabalhistas, previdenciários, fiscais, comerciais ou de qualquer outra natureza, resultantes da execução do contrato;

Parágrafo Décimo No caso de despesas internacionais, cobradas em moeda internacional, o valor deverá ser fixado conforme o câmbio do dia da emissão da Nota Fiscal/Fatura;

Parágrafo Décimo primeiro O pagamento deverá ser efetuado após o fornecimento/prestação do serviço, até o término da vigência do contrato, após apresentação da Nota Fiscal/Fatura devidamente atestada pelo Gestor do Contrato;

Parágrafo Décimo segundo O pagamento será por entrega, de acordo com o formato, quantitativo e valor dos itens efetivamente fornecidos;

Parágrafo Décimo terceiro A devolução da fatura não aprovada pela CONTRATANTE por conter incorreções não poderá servir de pretexto para que a CONTRATADA suspenda a execução dos serviços;

Parágrafo Décimo quarto Os valores decorrentes de indenizações e/ou de multas eventualmente registradas serão descontados mensalmente da fatura;

Parágrafo Décimo quinto A CONTRATANTE poderá sustar o pagamento de qualquer Nota Fiscal/Fatura, no todo ou em parte, caso seja constatado que a CONTRATADA não cumpriu quaisquer das obrigações contratuais assumidas;

Parágrafo Décimo sexto O pagamento só poderá ser efetuado se a CONTRATADA estiver em situação regular no CADASTRO DE FORNECEDORES DO ESTADO DE PERNAMBUCO (CADFOR);

DO REAJUSTE E REVISÃO CONTRATUAL

CLÁUSULA OITAVA: O preço contratado poderá ser reajustado após decorridos 12 (doze) meses, contados a partir da data limite para a apresentação da proposta ou do orçamento a que essa se referir, obedecendo ao Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA, fornecido pelo IBGE;

Parágrafo Primeiro Havendo interesse das partes contratantes em prorrogar a avença, a empresa contratada deverá pleitear o reajuste dos preços até a data anterior à efetivação da prorrogação contratual, sob pena de, não o fazendo tempestivamente, ocorrer a preclusão do seu direito;

Parágrafo Segundo Será assegurado o restabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro inicial, na hipótese de sobrevirem fatos imprevisíveis, ou previsíveis, porém de consequências incalculáveis, retardadores ou impeditivos da execução do ajustado, ou, ainda, em caso de força maior, caso fortuito ou fato do príncipe, configurando álea econômica extraordinária e extracontratual, de acordo com o art. 81, inciso VI, § 7º, da Lei nº 13.303/2016;

DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO

CLÁUSULA NONA: Considera-se marketing promocional a atividade do marketing aplicada a produtos, serviços, marcas e instituições, utilizando-se de serviços especializados em que se aplicam técnicas, meios, instrumentos e equipamentos, ou qualquer outro serviço, para realização de projetos e promoções de todos os portes, participação, organização e implementação de feiras, exposições, convenções, seminários, reuniões, encontros, fóruns, simpósios, congressos, cursos, festivais, gincanas, desfiles, festejos, certames, shows, patrocínios, copas e circuitos, e projetos de qualquer natureza, incluindo-se os culturais, esportivos, sociais, corporativos e públicos, para alcançar objetivos estratégicos de construção de marca, vendas e fidelização, estabelecer e estreitar relacionamentos, estimular conhecimento, experimentação, interação, engajamento ou propiciar a vivência de situações positivas com a marca, conceitos ou políticas públicas;

Parágrafo Primeiro Constitui objeto deste Termo de Referência a contratação de empresa especializada em MARKETING PROMOCIONAL, para prestação de serviços de produção e operacionalização de feiras, seminários, roadshows, famtour, fampress e ações de encantamento, captação, treinamentos, capacitações e outros eventos de promoção e negócios, sob demanda de participação, concepção, planejamento, organização, coordenação e avaliação de ações, com viabilização de infraestrutura e de apoio logístico, com prestação de serviços de atendimento, em Pernambuco e nos demais estados do Brasil e/ou fora do país, conforme especificações e exigências aqui estabelecidas, para atender aos interesses do Governo de Pernambuco pela promoção do estado como destino turístico, nos eventos que a Secretaria de Turismo e Lazer realiza, co-realiza, participa e coparticipa, através da Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos – EMPETUR;

Parágrafo Segundo O objeto a ser executado compreende as atividades abaixo relacionadas:

- a) Atividades de planejamento, desenvolvimento, e elaboração – em conjunto com a Diretoria de Marketing da EMPETUR – do PLANO DE MARKETING PROMOCIONAL para divulgação dos destinos turísticos do Estado de Pernambuco e seus equipamentos;
- b) O estudo, a prospecção, o planejamento, a conceituação, a formatação, a concepção, a criação, a organização, a coordenação, dentre outros de natureza intelectual, e a execução

técnica de projetos de marketing promocional, compreendendo o PLANO DE MARKETING PROMOCIONAL dos destinos turísticos do Estado de Pernambuco, incluindo promoção e participação de eventos do segmento, a partir das orientações contidas no presente Termo de Referência, e de aspectos de criatividade e funcionalidade;

- c) Todo o trabalho de criação e fornecimento de artes e peças promocionais, produção, armazenamento, logística, etc.;
- d) Realização das ações promocionais e de eventos, direcionadas ao público interno e externo, em território nacional e internacional, de interesse de promoção turística do Estado, como eventos de públicos, workshops, seminários, roadshows, famtour, fampress, ações em shoppings e aeroportos, eventos com operadoras de turismo, eventos gastronômicos, receptivo de cruzeiros, etc., incluindo todo o apoio logístico necessário à sua boa execução, bem como atividades que venham a dar melhor eficiência e profissionalismo ao evento contratado, podendo, para tanto, intermediar a contratação de serviços auxiliares que se fizerem necessários à plena execução do objeto, na forma da Instrução Normativa N°07/2018, da Secretaria Geral da Presidência da República (13504936), pela qual foram estabelecidas regras para os contratos de live marketing e marketing promocional, à luz dos princípios e normas constantes na Lei nº 8.666/93, na Lei 12.232/2010, e na Lei nº 13.303/2016;
- e) Participação e operacionalização das ações promocionais e eventos, compreendendo o oferecimento de todos os serviços complementares necessários, incluindo montagem, desmontagem, aluguel e manutenção dos espaços/ equipamentos/ estruturas/ estandes, e demais elementos que irão compor as estratégias/projetos, recepcionistas, promotores, técnicos e recursos humanos para a equipe e serviços de apoio e manutenção das ações, fornecimento de alimentos e bebidas (quando previstos), locação de veículos, locação de espaços, transporte da equipe e dos materiais (aéreo e/ou terrestre), dentre outros inerentes à execução de eventos deste porte, no país e fora dele;
- f) Contratação de atrações, incluindo contratação artística e de formadores de opinião, como cantores, atores, apresentadores, palestrantes, conjuntos musicais e artísticos, digital influencers, celebridades, personalidades, etc., para agregar valor e dar visibilidade à ação, inclusive de mídia espontânea;
- g) Criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de promoção, em consonância com as novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e ações junto a públicos de interesse;
- h) Serviços de produção de vídeos, jingles e de produção gráfica para a produção de materiais promocionais, painéis, totens, banners, e, ainda, qualquer outro serviço de comunicação visual promocional imprescindível à realização das ações;
- i) Fornecimento de equipamentos de audiovisual, comunicação, informática, elétricos e outros;
- j) Produção de brindes e materiais de suporte à promoção (uniformes, etc.);
- k) Registro e prestação de contas: Elaboração de produtos das ações executadas como relatórios, pós-vendas, sumários executivos, atas e anais;

- l) A contratação desses serviços tem como objetivo fortalecer marcas turísticas, difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, estreitar o relacionamento do órgão/entidade com os públicos de interesse;
- m) O planejamento, previsto no subitem b, objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações promocionais para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados, e deve prever, sempre que possível, indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.
- n) Os serviços previstos no subitem b não abrangem atividades com natureza não compatível com o objeto da contratação ou sem vínculo com a ação promocional da EMPETUR, no seu relacionamento com públicos de interesse.

CÓDIGO DO E-FISCO	DESCRIÇÃO DOS SERVIÇOS	QUANTIDADE	UNIDADE
522491-8	SERVIÇO DE GESTÃO EM COMUNICAÇÃO – Do tipo serviço de marketing promocional, incluindo produção, planejamento, organização, coordenação, viabilização de infraestrutura, apoio logístico, a nível nacional e internacional	01	ANO

DO PRAZO E CONDIÇÕES PARA ENTREGA/EXECUÇÃO DO OBJETO

CLÁUSULA DÉCIMA: No prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, a CONTRATADA deverá comprovar manter sede ou escritório ou sucursal e/ou preposto na Região Metropolitana do Recife;

Parágrafo Primeiro Todos os serviços prestados pela CONTRATADA deverão ser precedidos da apresentação do competente projeto de apropriação de custos, no prazo de até 10 (dez) dias úteis, a contar da data da solicitação, obedecendo os seguintes critérios:

- i. PARA PROJETOS DE BAIXA COMPLEXIBILIDADE - até R\$50.000,00 (cinquenta mil reais): Prazo de 03 (três) dias úteis;
- ii. PARA PROJETOS DE MÉDIA COMPLEXIBILIDADE - até R\$100.000,00 (cem mil reais): Prazo de 05 (cinco) dias úteis;
- iii. PARA PROJETOS DE ALTA COMPLEXIBILIDADE - acima de R\$100.000,00 (cem mil reais): Prazo de 10 (dez) dias úteis;

Parágrafo Segundo A aprovação dos projetos ficará condicionada ao atendimento dos requisitos de funcionalidade da ação e economicidade dos preços ofertados, podendo ser solicitado à CONTRATADA a produção de novo projeto e/ou orçamento, até a aprovação final, no prazo de até 05 (cinco) dias, a contar da data de solicitação, obedecendo os seguintes critérios:

- i. PARA PROJETOS DE BAIXA COMPLEXIBILIDADE - até R\$50.000,00 (cinquenta mil reais): Prazo de 02 (dois) dias úteis;
- ii. PARA PROJETOS DE MÉDIA COMPLEXIBILIDADE - até R\$100.000,00 (cem mil reais): Prazo de 03 (três) dias úteis;
- iii. PARA PROJETOS DE ALTA COMPLEXIBILIDADE - acima de R\$100.000,00 (cem mil reais): Prazo de 05 (cinco) dias úteis;
- iv. Após aprovação da EMPETUR, através da sua Diretoria de Marketing, será expedida de uma Ordem de Execução de Serviços (AUTORIZAÇÃO DE TRABALHO), conforme modelo a ser definido pela CONTRATANTE, onde constarão as especificações dos serviços, os preços (planilha de custos/orçamento) e os prazos de execução, devendo o valor de cada um dos serviços ser orçado em função dos custos respectivos, obedecendo-se, rigorosamente, à sua compatibilidade com os preços de mercado, sob pena de responsabilidade civil;

Parágrafo Terceiro Os serviços deverão ser executados e entregues, conforme venham a ser solicitados pela EMPETUR, através da Diretoria de Marketing, no prazo estabelecido na Ordem de Execução de Serviços, a contar da emissão da mesma;

Parágrafo Quarto Os atrasos ocasionados por motivo de força maior ou caso fortuito, desde que notificados, no prazo de 48h (quarenta e oito horas), e aceitos pela CONTRATANTE, não serão considerados inadimplemento contratual;

Parágrafo Quinto Todos os serviços realizados deverão ser documentados através da apresentação dos respectivos comprovantes de produção e cópias das faturas emitidas pelos fornecedores;

Parágrafo Sexto Os serviços deverão ser executados pela CONTRATADA, com o fornecimento de toda mão de obra, materiais, equipamentos e demais despesas necessárias à execução do objeto, sendo permitida a subcontratação parcial dos SERVIÇOS COMPLEMENTARES necessários ao cumprimento do objeto licitado, desde que previamente submetida à anuência da EMPETUR, ficando a CONTRATADA responsável pela integral execução da subcontratação, arcando integralmente com os encargos de qualquer natureza, dela decorrentes;

Parágrafo Sétimo Somente Pessoas Físicas ou Jurídicas previamente cadastradas pela CONTRATANTE poderão fornecer à CONTRATADA bens e/ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato;

Parágrafo Oitavo O fornecimento de bens e/ou serviços especializados, na conformidade do previsto no subitem anterior, exigirá sempre a apresentação, pela CONTRATADA à CONTRATANTE, de 03 (três) orçamentos obtidos no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

Parágrafo Nono A CONTRATADA deverá, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos após o encerramento do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e memoriais das ações de marketing promocional produzidas;

Parágrafo Décimo Os originais dos materiais promocionais desenvolvidos para a execução dos serviços (arte, plantas, filmes, etc.), inclusive fotos e imagens compradas para uso em materiais e ações promocionais, ficarão sob a guarda da CONTRATADA, mas disponíveis a qualquer tempo para a EMPETUR, que poderá, a seu critério, requisitar cópias dos originais para comprovação da prestação dos serviços e arquivo próprio, vedado a transferência a agentes de qualquer espécie e uso, além das finalidades solicitadas em plano de marketing promocional específico;

Parágrafo Décimo primeiro Quanto aos DIREITOS AUTORAIS, serão observadas as seguintes disposições:

- i. AS CONTRATADAS cedem à CONTRATANTE, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso de ideias (incluindo os estudos, análises e planos), peças (material promocional, plantas, esquemas eletrônicos e multimídia) e quaisquer outras modalidades de ações de marketing promocional existentes, ou que venham a ser inventadas, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste contrato;
- ii. A cessão de que trata a alínea anterior “16.12.1.” será por tempo indeterminado, ficando vedada às CONTRATADAS a cobrança de qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato;
- iii. A CONTRATANTE poderá, a seu critério, utilizar os direitos cedidos, diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato, ou após o prazo de vigência, inclusive em caso de rescisão, não cabendo à CONTRATADA qualquer espécie de remuneração;
- iv. A juízo da CONTRATANTE, as peças e ações criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos e/ou entidades do Governo do Estado de Pernambuco, sem que caiba a eles ou à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA;
- v. Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE;
- vi. O produto final decorrente da execução do objeto desta licitação será de propriedade do Governo do Estado de Pernambuco, sendo, portanto, proibida a sua divulgação por qualquer meio ou sua reprodução, total ou parcial, sem expressa autorização, ficando a(s) CONTRATADA(S), em caso de descumprimento, sujeita(s) às penalidades aplicáveis;

Parágrafo Décimo segundo Os produtos poderão ser objetos de inspeção, que será realizada pelo servidor designado, que deverá observar:

- i. Comprovação de que o produto atende às especificações mínimas exigidas neste Termo de Referência;
- ii. Verificação do estado geral, quantidade e possíveis avarias;

Parágrafo Décimo terceiro Os produtos deverão estar em perfeito estado, obedecendo às legislações vigentes;

Parágrafo Décimo quarto O recebimento do objeto estará rigorosamente condicionado à verificação do atendimento às especificações contidas neste Termo de Referência e no Edital de Licitação;

Parágrafo Décimo quinto Será considerada recusa formal a não substituição de objetos defeituosos;

Parágrafo Décimo sexto Realizar as entregas conforme as necessidades da CONTRATANTE;

Parágrafo Décimo sétimo A solicitação será realizada mediante apresentação de documento oficial e/ou e-mail corporativo, expedido por parte da CONTRATANTE à CONTRATADA e acompanhado do controle do tipo “Conta Corrente” das entregas realizadas;

Parágrafo Décimo oitavo A CONTRATADA deverá prestar os serviços sempre de acordo com os prazos, formato e quantitativo determinados no documento oficial enviado pela CONTRATANTE e especificações descritas no ITEM 3 e seus subitens do TR;

DA PRESTAÇÃO DE CONTAS:

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA: Após a execução de cada ação/evento, a CONTRATADA deverá apresentar, à título de prestação de contas, os seguintes documentos:

- a. Documento de oficialização de demanda, enviado pela CONTRATANTE;
- b. Orçamento final;
- c. Referências de preço:
 - i. 03 (três) cotações;
 - ii. 03 (três) Notas Fiscais, quando contratação artística, podendo apenas UMA ser referente a serviços prestados à própria EMPETUR, conforme Resolução EMPETUR N°06/2020;
- d. Ordem de Execução dos Serviços emitida pela CONTRATANTE;
- e. Declaração de prestação de serviço e emissão da Nota Fiscal, contendo:
 - e.1. Quando da CONTRATADA:
 - i. Número e data de emissão da Nota Fiscal;

- ii. Descrição dos serviços prestados;
- e.2. Quando da SUBCONTRATADA:
 - i. Declaração de subcontratação;
 - ii. Razão Social da empresa subcontratada;
 - iii. Número e data de emissão da Nota Fiscal da subcontratada;
 - iv. Descrição dos serviços prestados;
- f. Comprovações dos serviços prestados:
 - i. Recibos e/ou Amostras e/ou Comprovações (Material Promocional/Mídias Impressas/Digitais, Peças, Reuniões de Atendimento, etc.);
 - ii. Relatório detalhado, com fotos em ângulo aberto e fechado, evidenciando o local e todos os itens referentes aos serviços prestados, usando como referência de data o jornal do dia;
 - g. Comprovante de Inscrição e de Situação Cadastral do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ;
 - h. Certidões Regulares:
 - i. Certidão Conjunta de Tributos Federais, Dívida Ativa da União e Contribuições Sociais;
 - ii. Certificado de Regularidade do FGTS – CRF;
 - i. Nota Fiscal;

DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA: A CONTRATADA é a única e exclusiva responsável por toda a execução contratual e, além das obrigações previstas em lei e das normas aplicáveis para a perfeita execução dos serviços contratados, se obriga a:

Parágrafo Primeiro Atender com presteza à solicitação do Gestor/Fiscal do Contrato;

Parágrafo Segundo Atender às normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) e demais normas internacionais pertinentes ao objeto contratado;

Parágrafo Terceiro Elaborar um projeto para a execução do objeto contratado, com planejamento, conceito, peças, planta baixa (se houver), perspectiva de espaço (se houver) e detalhamento da decoração (se houver), ambientação (se houver), mobiliário (se houver), de todo o material promocional que será utilizado, ficha funcional dos técnicos que atuarão (se houver) e planilha detalhada de todos os serviços, os quais passarão por prévia aprovação da EMPETUR;

Parágrafo Quarto Sujeitar-se à mais ampla e irrestrita fiscalização por parte da CONTRATANTE, prestando todos os esclarecimentos solicitados, informando

previamente toda e qualquer alteração nas condições de execução/fornecimento do objeto que atinja direta ou indiretamente a CONTRATANTE;

Parágrafo Quinto Responsabilizar-se pela execução de todas as fases da ação: planejamento, assessoria, organização, coordenação e administração (pré, trans e pós);

Parágrafo Sexto Responsabilizar-se pela locação, instalação e manutenção de todo equipamento de audiovisual, comunicação, informática, elétricos, e outros, necessários ao funcionamento das ações desenvolvidas;

Parágrafo Sétimo Responsabilizar-se pela comunicação visual, incluindo serviços de impressão gráfica, para a produção de painéis, totens, placas, banners e, ainda, qualquer outro material necessário à execução do objeto;

Parágrafo Oitavo Cumprir com toda a logística necessária à plena execução do objeto, inclusive no tocante ao transporte e na montagem de estrutura, e pelo custeio das despesas;

Parágrafo Nono Recepção e armazenamento de material promocional produzido diretamente pela EMPETUR, para distribuição nos eventos.

Parágrafo Décimo Recolher e armazenar os materiais eventualmente não utilizados;

Parágrafo Décimo primeiro Executar o serviço sob sua responsabilidade, de acordo com as especificações constantes neste Termo de Referência, previstos em sua proposta, com qualidade e excelência;

Parágrafo Décimo segundo Cumprir e fazer cumprir, por parte dos seus empregados e prepostos, as normas estabelecidas neste Termo de Referência, com pontualidade e nas datas e horários estabelecidos no documento oficial de solicitação dos serviços, enviado pela CONTRATANTE;

Parágrafo Décimo terceiro Acatar todas as decisões e observações feitas pela fiscalização da CONTRATANTE;

Parágrafo Décimo quarto Responder, perante a EMPETUR, mesmo em caso de ausência ou omissão da fiscalização, indenizando-a devidamente por quaisquer atos ou fatos lesivos aos seus interesses, que possam interferir na execução do contrato, que sejam eles praticados por empregados, prepostos ou mandatários seus. A responsabilidade se estenderá a danos causados a terceiros, devendo a CONTRATADA adotar medidas preventivas contra esses danos, com fiel observância às normas emanadas das autoridades competentes e das disposições legais vigentes;

Parágrafo Décimo quinto Assumir inteira responsabilidade pela execução do objeto, devendo a entrega receber prévia aprovação da CONTRATANTE, que se reserva o direito de recusá-la, caso não satisfaça aos padrões exigidos;

Parágrafo Décimo sexto Comunicar à CONTRATANTE qualquer problema ocorrido ou observado durante a execução dos serviços;

Parágrafo Décimo sétimo Substituir imediatamente qualquer produto que esteja em desconformidade com o solicitado ou que apresente qualidade inferior;

Parágrafo Décimo oitavo Reparar danos e sanar todos os vícios do objeto, de acordo com os artigos 12, 13 e 17 a 27 do Código de Defesa do Consumidor (Lei N°8.078/1990), bem como aos parâmetros descritos por este Termo de Referência;

Parágrafo Décimo nono Responsabilizar-se, pecuniariamente, por todos os danos e/ou prejuízos que forem causados à União, Estado, Município e/ou terceiros, decorrentes da má prestação do serviço;

Parágrafo Vigésimo Caberá à CONTRATADA todo e qualquer procedimento de contato com as SUBCONTRATADAS;

Parágrafo Vigésimo primeiro Acatar, em caso de impossibilidade de realização, decisão da EMPETUR em contratar serviços terceirizados considerados de natureza excepcional;

Parágrafo Vigésimo segundo Emitir Nota Fiscal/Fatura conforme o serviço efetivamente prestado;

Parágrafo Vigésimo terceiro Fornecer, juntamente com a nota fiscal, as certidões regulares;

Parágrafo Vigésimo quarto Manter, durante todo o prazo de vigência do contrato, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas no Edital, relativas à licitação, inclusive às condições de cadastramento no CADASTRO DE FORNECEDORES DO ESTADO DE PERNAMBUCO - CADFOR, inclusive das SUBCONTRATADAS, as quais serão observadas mensalmente, quando dos pagamentos;

Parágrafo Vigésimo quinto Manter à disposição da EMPETUR equipe técnica com experiência profissional condizente com o objeto deste Termo de Referência, e escritório e/ou preposto na Região Metropolitana do Recife (RMR);

Parágrafo Vigésimo sexto Manter suporte inerente aos trabalhos a serem executados, garantindo um serviço de alto padrão, sem nenhum custo adicional à CONTRATANTE;

Parágrafo Vigésimo sétimo Responsabilizar-se pelos encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais, resultantes da execução dos serviços, inclusive com pessoal, os quais não terão qualquer vínculo empregatício com a CONTRATANTE;

Parágrafo Vigésimo oitavo Assegurar as plenas condições materiais, logísticas e de recursos humanos para a realização dos eventos objeto deste contrato;

Parágrafo Vigésimo nono Cumprir todas as orientações da CONTRATANTE;

Parágrafo Trigésimo Levar, imediatamente, ao conhecimento da EMPETUR qualquer fato extraordinário ou anormal que ocorra durante a execução dos serviços, para adoção de medidas cabíveis;

Parágrafo Trigésimo primeiro Disponibilizar, a qualquer tempo, toda a documentação referente ao pagamento dos tributos, seguros, encargos sociais, trabalhistas e previdenciários relacionados com o objeto do contrato;

Parágrafo Trigésimo segundo Após todas as verificações descritas no plano de manutenção preventiva, realizar as correções e reparos necessários ao perfeito funcionamento dos ar condicionados de uso Público e Coletivo da GCS atendendo normas como por exemplo as NBR14679, NBR6401, NBR13971, NBR16401 e outras demais que se fizerem necessárias;

DAS OBRIGAÇÕES E RESPONSABILIDADES DA CONTRATANTE

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA À CONTRATANTE é reservado o direito de exercer a mais ampla e completa fiscalização sobre o cumprimento das especificações e condições do contrato, se obrigando a:

Parágrafo Primeiro Designar servidores para a gestão e fiscalização da execução do contrato;

Parágrafo Segundo Tomar todas as providências necessárias ao fiel cumprimento das cláusulas deste Termo de Referência;

Parágrafo Terceiro Realizar a solicitação dos serviços obedecendo os critérios definidos nos ITENS "16.2" e "16.3" do termo de referência. Caso haja a necessidade de um prazo menor, este deverá ser acordado entre CONTRATANTE e CONTRATADA;

Parágrafo Quarto Agendar reuniões com a CONTRATADA para tratar de assuntos referentes à produção;

Parágrafo Quinto Fiscalizar os fornecimentos de acordo com o material especificado, quantidades e qualidades, conforme legislação vigente;

Parágrafo Sexto Fornecer à CONTRATADA as informações e esclarecimentos que eventualmente venham a ser solicitados, e que digam respeito à natureza dos objetos a serem fornecidos, durante o planejamento e execução dos serviços acima descritos;

Parágrafo Sétimo Cumprir e fazer cumprir as cláusulas contratuais;

Parágrafo Oitavo Acompanhar e fiscalizar a execução do serviço objeto do Termo de Referência, conforme especificações contidas no **ITEM 3 do TR**;

Parágrafo Nono Atestar a qualidade do material fornecido e do serviço prestado, verificando a conformidade dos objetos entregues com as especificações registradas e com o quantitativo solicitado na autorização de prestação de serviço, reprovando ou aprovando;

Parágrafo Décimo Comunicar à CONTRATADA as ocorrências de quaisquer fatos que, a seu critério, exijam medidas corretivas por parte daquela;

Parágrafo Décimo primeiro Rejeitar os objetos que não atendam aos requisitos elencados nas especificações indicadas e comunicar por escrito à CONTRATADA a não aceitação desses objetos, apontando as razões de sua não adequação aos termos contratuais;

Parágrafo Décimo segundo Aplicar as penalidades regulamentares e contratuais cabíveis;

Parágrafo Décimo terceiro Conferir as notas fiscais e certidões regulares, de acordo com a solicitação de fornecimento do objeto, através do documento oficial enviado pela CONTRATANTE;

Parágrafo Décimo quarto Encaminhar a nota fiscal/fatura, devidamente atestada pelo

gestor do contrato, com as certidões regulares, para a liberação do pagamento;
Parágrafo Décimo quinto Realizar o pagamento dos serviços efetivamente prestados no prazo estabelecido;

DA GESTÃO E FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA: Não obstante a CONTRATADA ser a única e exclusiva responsável por toda execução contratual, à CONTRATANTE é reservado o direito de, sem que de qualquer forma restringir a plenitude dessa responsabilidade, exercer a mais ampla e completa fiscalização, diretamente ou por prepostos designados;

PARÁGRAFO PRIMEIRO: A gestão e fiscalização do contrato serão exercidas por servidores designados pela CONTRATANTE;

PARÁGRAFO SEGUNDO: O contrato será gerido pela Diretoria de Marketing da Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos – EMPETUR, tendo como gestor e fiscal os seguintes servidores:

a) GESTOR: MÁRIO CAVALCANTI DE ALBUQUERQUE FILHO

CARGO: Gerente de Marketing

MATRÍCULA: 8462-0

E-MAIL: mario.albuquerque@empetur.pe.gov.br

Telefone: (81)3182.8199

b) FISCAL: YANE CLAUDINO DOS SANTOS

CARGO: Executiva Sênior

MATRÍCULA: 8555-3

E-MAIL: yane.santos@empetur.pe.gov.br

Telefone: (81)3182.8199

PARÁGRAFO TERCEIRO: Cabe ao Fiscal do Contrato:

- i. Responsabilizar-se pela vigilância e garantia da regularidade e adequação dos serviços;
- ii. Ter pleno conhecimento dos termos contratuais que irá fiscalizar, sobretudo de suas cláusulas, assim como das condições constantes do edital e seus anexos, com vistas a identificar as obrigações “*in concreto*”, tanto da CONTRATANTE quanto da CONTRATADA;
- iii. Conhecer e reunir-se com o preposto da CONTRATADA, com a finalidade de definir e estabelecer estratégias de execução do objeto, bem como traçar metas de controle, fiscalização e acompanhamento do contrato;

- iv. Disponibilizar toda a infraestrutura necessária, assim como definido no contrato e dentro dos prazos estabelecidos;
- v. Exigir da CONTRATADA o fiel cumprimento de todas as condições contratuais assumidas, constantes das cláusulas e demais condições do edital de licitação e seus anexos, planilhas, cronogramas, etc.;
- vi. Comunicar à administração a necessidade de alterações do quantitativo do objeto ou modificação da forma de execução em razão de fato superveniente ou de outro qualquer que possa comprometer a aderência contratual e seu efetivo resultado;
- vii. Recusar serviço irregular, não aceitando material diverso daquele que se encontra especificado no edital da licitação e respectivo contrato, assim como observar, para o correto recebimento, a hipótese de outro oferecido em proposta e com qualidade superior ao especificado e aceito pela Administração;
- viii. Comunicar por escrito qualquer falta cometido pela contratada;
- ix. Comunicar formalmente ao gestor do contrato as irregularidades cometidas passíveis de penalidade, após contatos prévios com a CONTRATADA;
- x. Controlar a qualidade e a quantidade dos materiais utilizados e dos serviços executados, rejeitando aqueles julgados não satisfatórios;
- xi. Exigir da CONTRATADA a modificação de metodologias inadequadas, para melhor qualidade na execução do objeto licitado;
- xii. Zelar pela fiel execução do objeto e pleno atendimento às especificações explícitas ou implícitas;
- xiii. Estabelecer diretrizes, dar e receber informações sobre a execução do contrato;
- xiv. Levar ao conhecimento dos seus superiores aquilo que ultrapassar às suas possibilidades de correção;

PARÁGRAFO QUARTO: Cabe ao Gestor do Contrato:

- i. Ter pleno conhecimento dos termos contratuais, sobretudo de suas cláusulas, assim como das condições constantes do edital e seus anexos;
- ii. Acompanhar e observar o cumprimento das cláusulas contratuais;
- iii. Orientar o fiscal do contrato à adequada observância das cláusulas contratuais;
- iv. Analisar os relatórios e documentos enviados pelos fiscais do contrato;
- v. Consolidar as avaliações recebidas e encaminhar as consolidações e os relatórios à CONTRATADA;
- vi. Emitir avaliação da qualidade do serviço;
- vii. Propor a aplicação de sanções administrativas pelo descumprimento das cláusulas contratuais apontadas pelos fiscais;
- viii. Solicitar abertura de processo administrativo visando à aplicação das penalidades cabíveis, garantindo a defesa prévia à CONTRATADA;
- ix. Apurar os percentuais de descontos da fatura correspondente;

- x. Atestar as Notas Fiscais referentes aos serviços efetivamente prestados;
- xi. Providenciar o pagamento das faturas emitidas pela contratada, mediante a observância das exigências contratuais e legais;
- xii. Manter atualizado o controle dos pagamentos efetuados, observando que o valor do contrato não seja ultrapassado;

DA GARANTIA

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA: O licitante vencedor deverá apresentar GARANTIA CONTRATUAL, através de caução em dinheiro ou Títulos da Dívida Pública ou Seguro-Garantia ou fiança bancária, estipulada em 5% (cinco por cento) do valor global do contrato, nos termos do artigo 156, § 2º, do regulamento de compras da EMPETUR;

PARAGRAFO PRIMEIRO: Se escolhida na modalidade caução em dinheiro, a prestação da garantia deverá ser comprovada no momento da assinatura do contrato. Nas demais modalidades, a comprovação poderá ser realizada em até 05 (cinco) dias úteis, prorrogáveis por igual período, a critério do órgão contratante, contados da assinatura do contrato;

PARAGRAFO SEGUNDO: A garantia contratual deverá ter validade durante toda a vigência do CONTRATO;

PARAGRAFO TERCEIRO: Só serão aceitas a prestação de seguros-garantia e cartas de fiança bancária de agentes devidamente registrados e autorizados pela Superintendência de Seguros Privados - SUSEP e pelo Banco Central do Brasil, respectivamente;

DA RESCISÃO CONTRATUAL

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA: A inexecução total ou parcial do objeto da licitação ensejará a rescisão do contrato, conforme disposto na Lei Federal nº 13.303/2016 e demais legislações cabíveis bem como previsto no Regulamento de Compras da EMPETUR.

PARAGRAFO PRIMEIRO: Constituem motivos para rescisão do contrato:

1. o não cumprimento ou o cumprimento irregular de cláusulas contratuais, especificações ou prazos;
2. a lentidão do seu cumprimento, levando a Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos S/A a comprovar a impossibilidade da conclusão do serviço, nos prazos estipulados;
3. o atraso injustificado no início do serviço;
4. a paralisação do serviço, sem justa causa e prévia comunicação à Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos S/A;
5. a subcontratação total ou parcial do seu objeto, a associação do contratado com outrem, a cessão ou transferência, total ou parcial, bem como a fusão, cisão ou incorporação, não comunicadas e aceitas pela Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos S/A;

6. o desatendimento das determinações regulares da autoridade designada para acompanhar e fiscalizar a sua execução, assim como as de seus superiores;
7. o cometimento reiterado de faltas na sua execução, anotadas na forma do art. 160 do Regulamento de Compras da EMPETUR;
8. a decretação de falência ou a instauração de insolvência civil;
9. a dissolução da sociedade ou o falecimento do contratado;
10. a alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da empresa, que prejudique a execução do contrato;
11. razões de interesse público, de alta relevância e amplo conhecimento, justificadas e determinadas pela máxima autoridade da esfera administrativa a que está subordinado a contratante e exaradas no processo administrativo a que se refere o contrato;

PARAGRAFO SEGUNDO: a supressão, por parte da Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos S/A, de serviços, acarretando modificação do valor inicial do contrato além do limite permitido;

PARAGRAFO TERCEIRO: a suspensão de sua execução, por ordem escrita da Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos S/A, por prazo superior a 120 (cento e vinte) dias, salvo em caso de calamidade pública, grave perturbação da ordem interna ou guerra, ou ainda por repetidas suspensões que totalizem o mesmo prazo, independentemente do pagamento obrigatório de indenizações pelas sucessivas e contratualmente imprevistas desmobilizações e mobilizações e outras previstas, assegurado ao contratado, nesses casos, o direito de optar pela suspensão do cumprimento das obrigações assumidas até que seja normalizada a situação;

PARAGRAFO QUARTO: o atraso superior a 90 (noventa) dias dos pagamentos devidos pela Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos S/A decorrentes de obras, serviços ou fornecimento, ou parcelas destes, já recebidos ou executados, salvo em caso de calamidade pública, grave perturbação da ordem interna ou guerra, assegurado ao contratado o direito de optar pela suspensão do cumprimento de suas obrigações até que seja normalizada a situação;

PARAGRAFO QUINTO: a não liberação, por parte da Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos S/A, de área, local ou objeto para execução do serviço, nos prazos contratuais.

PARAGRAFO SEXTO: a ocorrência de caso fortuito ou de força maior, regularmente comprovada, impeditiva da execução do contrato;

PARAGRAFO SÉTIMO: Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do processo, assegurado o contraditório e a ampla defesa;

PARAGRAFO OITAVO: O presente Contrato poderá ser rescindido unilateralmente pela EMPETUR, ocorrendo uma das hipóteses previstas, ou ainda, distratado, observando-se:

1. Sendo a rescisão de iniciativa da EMPETUR, ou seja, unilateral, a CONTRATADA será notificada com antecedência mínima de 10 (dez) dias, a fim de que seja exercido o seu direito à ampla defesa e ao contraditório;
2. Declarada a dissolução, via distrato, à CONTRATADA, caberá receber, tão-somente, o valor dos serviços até então executados;
3. Em caso algum a EMPETUR pagará indenização a CONTRATADA por encargos ou obrigações de ordens trabalhistas, previdenciárias, fiscais ou comerciais, resultantes da execução deste Contrato que é de sua exclusiva responsabilidade.

PARAGRAFO NONO: A rescisão do contrato, por culpa do contratado, sem prejuízo das sanções previstas na Lei nº 13.303/2016 e no Regulamento de Compras da EMPETUR, permite à Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos S/A:

- I – executar a garantia contratual, para eventuais ressarcimentos, bem como para o adimplemento de multas e indenizações porventura devidas pela CONTRATADA;
- II - reter créditos decorrentes do contrato até o limite dos prejuízos causados à Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos S/A.

PARAGRAFO DÉCIMO: Independentemente de culpa da CONTRATADA, a rescisão do contrato possibilita à Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos S/A assumir imediatamente o objeto da contratação, no estado e local em que se encontrar, que poderá dar continuidade à obra ou ao serviço por execução direta ou indireta.

PARAGRAFO DÉCIMO PRIMEIRO: É facultado à Administração, no caso de recuperação judicial do contratado, manter o contrato, podendo assumir o controle de determinadas atividades de serviços essenciais.

DAS PENALIDADES

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA: Constituem ilícito administrativo, sem prejuízo das sanções penais cabíveis:

- a. O desatendimento injustificado das obrigações assumidas;
- b. A não celebração do contrato, mediante convocação dentro do prazo de validade da proposta;
- c. Deixar de entregar ou apresentar documentação falsa exigida para o certame;
- d. Ensejar o retardamento da execução de seu objeto;
- e. Não manter a proposta;
- f. Falhar ou fraudar na execução do contrato, e/ou
- g. Comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude fiscal.

PARÁGRAFO PRIMEIRO: Serão aplicadas ao CONTRATADO, caso incorra nas faltas referidas no subitem anterior, segundo a natureza e a gravidade da falta, assegurados a ampla defesa e o contraditório, as sanções previstas nos arts. 83 e 84 da Lei federal nº 13.303/2016;

PARÁGRAFO SEGUNDO: Nas hipóteses previstas no PARÁGRAFO PRIMEIRO, o CONTRATADO poderá apresentar sua defesa no prazo de 10 (dez) dias úteis, contado da notificação do ato, sendo facultada a produção de todas as provas admitidas em direito, por iniciativa própria e às suas expensas;

PARÁGRAFO TERCEIRO: A inexecução contratual, inclusive por atraso injustificado na execução do contrato, sujeitará o CONTRATADO, além das sanções referidas no subitem PARÁGRAFO PRIMEIRO, as seguintes penalidades:

- a. Advertência;

- b. Multa de 0,1% (zero vírgula um por cento) por dia de atraso, sobre o valor total da mercadoria entregue em atraso;
- c. Multa de 10% (dez por cento) sobre o valor total da mercadoria entregue, quando o atraso for superior a 30 (trinta) dias. A aplicação da multa prevista neste item, não excluirá a aplicação da multa contida no item anterior;
- d. A inexecução total ou parcial das obrigações contidas no instrumento contratual ensejará a sua rescisão e as consequências previstas em lei;
- e. A aplicação de multa não excluirá a aplicação de outras penalidades previstas em lei;
- f. As multas serão descontadas do pagamento, cobradas administrativamente, ou ainda, quando for o caso, judicialmente pelo rito e com os encargos da execução fiscal;
- g. A aplicação das penalidades acima descritas, far-se-á após a realização de regular processo administrativo;
- h. Suspensão temporária do direito de licitar, de contratar com a Empresa de Turismo de Pernambuco, por período não superior a 02(dois) anos, ou enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou, ainda, até que seja promovida a reabilitação perante a autoridade que aplicou a penalidade.

PARÁGRAFO QUARTO: A suspensão de participação em licitação e o impedimento de contratar com a Empresa de Turismo de Pernambuco serão graduados pelos seguintes prazos, observando limite estabelecido no Inciso III, Art. 83, Lei Federal nº 13.303/16:

I.6 (seis) meses, no caso de:

- a) Aplicação de duas penas de advertência, no prazo de 12 (doze) meses, sem que o CONTRATADO tenha adotado as medidas corretivas no prazo determinado pela Administração;
- b) Alteração da quantidade ou qualidade da mercadoria fornecida;

II.12 (doze) meses, no caso de retardamento imotivado da execução de obra, de serviço, de suas parcelas ou do fornecimento de bens;

III.24 (vinte e quatro) meses, no caso de:

- a) Entregar como verdadeira mercadoria falsificada, adulterada, deteriorada ou danificada;
- b) Paralisação do serviço, de obra ou de fornecimento de bens sem justa fundamentação e prévia comunicação à Administração;
- c) Praticar ato ilícito visando frustrar os objetivos da licitação no âmbito da Administração Estadual.

PARÁGRAFO QUINTO: A aplicação das sanções a que se sujeita o CONTRATADO, inclusive a de multa, aplicada nos termos do item PARÁGRAFO TERCEIRO, não impede que a CONTRATANTE rescinda unilateralmente o contrato e aplique as demais sanções previstas na legislação de regência;

PARÁGRAFO SEXTO: Todas as penalidades previstas serão aplicadas por meio de processo administrativo, sem prejuízo das demais sanções civis ou penais estabelecidas em lei;

PARÁGRAFO SÉTIMO: A sanção de multa poderá ser aplicada à CONTRATADA juntamente com a de impedimento de licitar e contratar estabelecida PARÁGRAFO TERCEIRO, alínea h, desta cláusula;

PARÁGRAFO OITAVO: Nenhuma penalidade será aplicada sem o devido Processo Administrativo de

Aplicação de Penalidade - PAAP, devendo ser observado o disposto no Decreto Estadual nº 42.191/2015;

PARÁGRAFO NONO: A critério da autoridade competente, o valor da multa poderá ser descontado do pagamento a ser efetuado ao contratado, inclusive antes da execução da garantia contratual exigida, quando esta não for prestada sob a forma de caução em dinheiro;

PARÁGRAFO DÉCIMO: Caso o valor a ser pago ao contratado seja insuficiente para satisfação da multa, a diferença será descontada da garantia contratual exigida;

PARÁGRAFO DÉCIMO PRIMEIRO: Caso a faculdade prevista no PARÁGRAFO NONO não tenha sido exercida e verificada a insuficiência da garantia eventualmente exigida para satisfação integral da multa, o saldo remanescente será descontado de pagamentos devidos ao contratado;

PARÁGRAFO DÉCIMO SEGUNDO: Após esgotados os meios de execução direta da sanção de multa indicados nos itens anteriores, o contratado será notificado para recolher a importância devida no prazo de 15 (quinze) dias, contados do recebimento da comunicação oficial;

PARÁGRAFO DÉCIMO TERCEIRO: Decorrido o prazo previsto no PARÁGRAFO DÉCIMO SEGUNDO, o contratante encaminhará a multa para cobrança judicial;

PARÁGRAFO DÉCIMO QUARTO: Caso o valor da garantia exigida seja utilizado, no todo ou em parte, para o pagamento da multa, esta deve ser complementada pelo contratado no prazo de até 10 (dez) dias úteis, a contar da solicitação da contratante;

PARÁGRAFO DÉCIMO QUINTO: A Administração poderá, em situações excepcionais devidamente motivadas, efetuar a retenção cautelar do valor da multa antes da conclusão do procedimento administrativo.

DA SUCESSÃO

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA: O presente instrumento obriga as partes contratantes e os seus sucessores, que, na falta delas assumem a responsabilidade pelo seu integral cumprimento.

DA LEGISLAÇÃO APLICÁVEL

CLÁUSULA DÉCIMA NONA: O presente contrato reger-se-á pelas normas estabelecidas na Lei 13.303/2016, e pelas regras no edital do PROCESSO LICITATÓRIO Nº **0031.2021.CPL.CC.0001.EMPETUR**, CONCORRÊNCIA Nº 0001.2021, na Proposta de Preços, e nos casos omissos, aplicar-se-ão os princípios gerais do Direito.

DO REGISTRO

CLÁUSULA VIGÉSIMA: Este instrumento contratual, após obedecer às formalidades legais, deverá ser registrado na Planilha Digital de Contratos da EMPETUR.

DA PUBLICAÇÃO

CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA: Conforme disposições legais vigentes, o presente instrumento contratual será publicado no site da EMPETUR ou no Diário Oficial do Estado na forma de extrato.

DO FORO

CLÁUSULA VIGÉSIMA SEGUNDA: Com renúncia a qualquer outro, por mais privilegiado que seja, as

partes elegem o foro da Cidade de Olinda/PE, para dirimir as questões oriundas do presente Contrato;

E, para firmeza e como prova de assim haverem entre si, ajustado e contratado, foi lavrado o presente instrumento contratual em 03 (três) vias, de igual teor e forma, o qual depois de lido e achado conforme, vai assinado pelas partes contratantes, na presença de 02 (duas) testemunhas.

Olinda, de de 20_____.

CONTRATANTE

CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

1. _____

2. _____

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 0031.2021.CPL.CC.0001.EMPETUR
ANEXO IV – DECLARAÇÃO DE ENQUADRAMENTO COMO MICROEMPRESA OU DE EMPRESA DE PEQUENO PORTE OU DE MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL;

À EMPETUR
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
PRESIDENTE/PREGOEIRO(A): Isabela Ottoni

Ref. PROCESSO Nº _____

(NOME DA EMPRESA) _____ **CNPJ nº** _____,
(ENDEREÇO COMPLETO) _____, declara, sob as penas da lei, sob as penas da lei, para fins do disposto no art. 3º da Lei Complementar nº 123 de 14 de dezembro de 2006, que:

- a) se enquadra como MICROEMPRESA(ME),EMPRESA DE PEQUENO PORTE(EPP), OU MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL(MEI);
- b) a receita bruta anual não ultrapassa o disposto nos incisos I (ME) e II (EPP) do art. 3º e no §1º (MEI) do art. 18-A da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006;
- c) não tem nenhum dos impedimentos do § 4º do art. 3º, da mesma lei, ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

Local e Data

Assinatura, nome e número de identidade do declarante

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 0031.2021.CPL.CC.0001.EMPETUR
ANEXO V – DECLARAÇÃO DE CUMPRIMENTO DO INCISO XXXIII DO ARTIGO 7 DA CONSTITUIÇÃO
FEDERAL

DECLARAÇÃO

A empresa _____, inscrita no CNPJ sob o nº _____, por intermédio do seu representante legal, Sr. (a) _____, portador(a) da carteira de identidade nº _____, expedida pelo(a) _____, **DECLARA**, para atender ao disposto no inciso XXXIII do Art. 7 da Constituição Federal, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos.

Ressalva: emprega menor, a partir de quatorze anos na condição de aprendiz ().

Local e data.

Nome e assinatura do representante legal.

*em caso afirmativo assinalar a ressalva acima.

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 0031.2021.CPL.CC.0001.EMPETUR
ANEXO VI - MODELO DE DECLARAÇÃO DE QUE CUMPRE PLENAMENTE OS REQUISITOS DE
HABILITAÇÃO;

O licitante _____, inscrito no CPF sob o nº _____, Sr(a) _____, portador(a) da carteira de identidade nº _____, expedida pelo _____, **DECLARA** para os devidos fins, que cumpre plenamente os requisitos de habilitação exigidos no edital do certame licitatório, **PROCESSO Nº 0031.2021.CPL.CC.0001.EMPETUR – CONCORRÊNCIA 0001/2021**

Local e data.

Nome e assinatura.