

EDITAL Nº 1942/2015  
TOMADA DE PREÇO Nº 008/2015  
PROCESSO ADM. Nº 138051/2014

FL. | 1

ORIGEM DA LICITAÇÃO:	SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO DE FORTALEZA – SETFOR.
MODALIDADE:	TOMADA DE PREÇOS Nº 008/2015
PROCESSO N.º:	P138051/2014
OBJETO:	A CONTRATAÇÃO DE EMPRESA DE CONSULTORIA PARA A ELABORAÇÃO DE PLANO DE MARKETING PARA O POLO TURÍSTICO DE FORTALEZA, DE ACORDO COM AS ESPECIFICAÇÕES E QUANTITATIVOS CONTIDOS NO ANEXO VIII DESTE EDITAL.
TIPO DE LICITAÇÃO:	TÉCNICA E PREÇO
REGIME DE EXECUÇÃO:	EMPREITADA POR PREÇO GLOBAL
DATA DE ABERTURA:	19 DE AGOSTO DE 2015.
HORA DE RECEBIMENTO DOS ENVELOPES:	DE 14h00min ÀS 14h15min.
HORA DE ABERTURA DOS ENVELOPES:	14h15min.

O titular da origem desta licitação torna público, para conhecimento dos interessados, que **A COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES DE FORTALEZA**, regulamentada através do Decreto nº 13.512 de 30 de dezembro de 2014, juntado ao processo administrativo de que trata esta licitação, devidamente publicados no Diário Oficial do Município, receberá e abrirá até horas e data acima indicadas, em sua sede na **RUA DO ROSÁRIO, Nº 77, EDIFÍCIO COMANDANTE VITAL ROLIM, SOBRELOJA E TERRAÇO - CENTRO, FORTALEZA-CE, CEP: 60.055-090**, os envelopes contendo **DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO, PROPOSTAS TÉCNICA E PROPOSTAS DE PREÇO**, referentes à licitação objeto deste instrumento, para a escolha da proposta mais vantajosa, objetivando a contratação objeto desta licitação, observadas as normas e condições do presente Edital e as disposições contidas na Lei nº 8.666/93 publicada no Diário Oficial da União de 22/06/93, e suas alterações posteriores.



Nesta licitação serão encontradas palavras, siglas e abreviaturas com os mesmos significados, conforme abaixo:

1. **LICITAÇÃO:** O procedimento de que trata a presente licitação;
2. **LICITANTE:** Empresa que participa desta licitação;
3. **HABILITAÇÃO:** Verificação atualizada da situação jurídica, qualificação técnica e econômica financeira e regularidade fiscal de cada participante da licitação;
4. **ADJUDICATÁRIA:** Empresa vencedora da licitação, à qual será adjudicado o seu objeto;
5. **CONTRATANTE:** SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO DE FORTALEZA – SETFOR, que é signatário do instrumento contratual;
6. **CONTRATADA:** Empresa à qual foi adjudicado o objeto desta licitação, e é signatária do contrato com a Administração Pública;
7. **FISCALIZAÇÃO:** SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO DE FORTALEZA – SETFOR, órgão encarregado do acompanhamento e fiscalização do contrato;
8. **CPL:** A Comissão Permanente de Licitações da Prefeitura de Fortaleza que realizará os procedimentos de recebimento de envelopes, habilitação e julgamento das propostas técnicas, após análise da CTE, e de preços referentes a esta licitação;
9. **PMF:** Prefeitura Municipal de Fortaleza;
10. **DOM:** Diário Oficial do Município, jornal impresso pela Imprensa Oficial da PMF;
11. **DOU:** Diário Oficial da União, jornal impresso pela Imprensa Oficial da União;
12. **AUTORIDADE SUPERIOR:** É o titular do órgão desta licitação, incumbido de definir o objeto da licitação, elaborar seu projeto básico, orçamento e instrumento convocatório, decidir sobre impugnação ao edital, determinar a abertura da licitação, decidir os recursos contra atos da comissão, homologar o resultado da licitação e promover a celebração do contrato.
13. **COMISSÃO TÉCNICA ESPECIAL - CTE:** A Comissão designada pelo titular da Secretaria Municipal de Turismo de Fortaleza – SETFOR, responsável pela análise e julgamento das propostas técnicas.

#### 1. DO OBJETO.

1.1. A presente Licitação tem por objeto a **CONTRATAÇÃO DE EMPRESA DE CONSULTORIA PARA A ELABORAÇÃO DE PLANO DE MARKETING PARA O POLO TURÍSTICO DE FORTALEZA**, tudo de acordo com as especificações e quantitativos contidos no anexo VIII deste Edital.



1.2. Compõem o presente Instrumento os seguintes anexos:

- I. TERMO REFERÊNCIA;
- II. MODELO DE CARTA DE APRESENTAÇÃO DE PROPOSTA TÉCNICA;
- III. MODELO DE PROPOSTA COMERCIAL;
- IV. MODELO DE DECLARAÇÃO DE NÃO EMPREGAR MENORES DE IDADE;
- V. MODELO DE COMPROMISSO DE PARTICIPAÇÃO DOS PROFISSIONAIS;
- VI. MODELO DE CURRÍCULO DOS PROFISSIONAIS;
- VII. MODELO DE FICHA DE DADOS DO REPRESENTANTE LEGAL;
- VIII. PLANILHA ESTIMATIVA DE CUSTO;
- IX. MINUTA DO CONTRATO;
- X. JUSTIFICATIVA DA NÃO PARTICIPAÇÃO DE CONSÓRCIO E COOPERATIVA;

## 2. DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

2.1. O valor global dos serviços está estimado em **R\$ 297.970,00 (duzentos e noventa e sete mil, novecentos e setenta reais)**, conforme anexo VIII deste Instrumento.

2.2. As despesas decorrentes da execução do contrato originado desta Licitação correrão por conta dos recursos da SETFOR e do ORÇAMENTO GERAL DA UNIÃO, através da seguinte Dotação Orçamentária: **23.695.0110.1325.0001**, Elemento de Despesa: **4490.39**, Fontes: **5100 e 5181**.

## 3. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO.

3.1. Poderão participar desta Licitação pessoa jurídica sob a denominação de sociedade empresária (sociedade em nome coletivo, em comandita simples, em comandita por ações, anônima e limitada) e de sociedade simples, exceto sociedades cooperativas, regularmente estabelecidas neste País, cadastradas ou que atendam a todas as condições exigidas para cadastramento pela Central de Licitações da Prefeitura de Fortaleza, até o terceiro dia anterior à data do recebimento das propostas, e que satisfaçam a todas as condições deste edital, inclusive tendo seus objetivos sociais ou cadastramento compatíveis com o objeto da licitação. Não será permitida a subcontratação sem a expressa anuência do Contratante.

3.1.1. Para o cadastramento na Central de Licitações da Prefeitura de Fortaleza são necessários os documentos que deverão ser apresentados na Rua do Rosário, 77, Sobreloja e Terraço, Centro, no horário de 8h às 16h30min, obrigando-se a licitante, após a



emissão do CRC - Certificado de Regularidade Cadastral, a declarar, sob as penalidades da lei, a superveniência de fato impeditivo de sua habilitação.

3.1.2. A Interessada não cadastrada que quiser participar da licitação deverá atender as condições para cadastramento até o 3º dia anterior ao recebimento das propostas, devendo dirigir-se à Central de Licitações da Prefeitura de Fortaleza, no endereço acima mencionado, levando a documentação necessária, ocasião em que, se for o caso, receberá documento desse órgão que lhe permitirá participar desta licitação.

3.2. Não será admitida a participação de interessados sob a forma de consórcio.

3.3. A licitante que pretende se fazer representar nesta licitação deverá entregar à CPLLFOR, juntamente com os envelopes lacrados, original ou cópia autenticada de PROCURAÇÃO PARTICULAR, com firma reconhecida em Cartório, ou PÚBLICA, outorgando amplos poderes para o mandatário representar a licitante na licitação. Quando o representante for titular da pessoa jurídica, deverá entregar o original ou cópia autenticada do documento que comprove tal condição.

3.3.1. No caso de procuração particular, esta deverá vir acompanhada de documento que comprove a titularidade do outorgante, no que se refere a detenção de poderes para outorgar procuração.

3.3.2. Não poderá um representante legal ou um procurador representar mais de uma empresa.

3.4. É vedada a participação direta ou indireta de:

- a) Empresas cujos diretores, responsáveis legais ou técnicos, ou sócios ou membros de conselho técnico, consultivo, deliberativo ou administrativo, sejam membros ou servidores da Administração Direta ou Indireta do Município de Fortaleza, integrados ou não ao órgão responsável direto pela execução dos serviços objeto do procedimento licitatório em pauta.
- b) Empresas que estejam com o direito de licitar e contratar com a Administração Pública Federal, Estadual ou Municipal temporariamente suspenso e que por estas tenham sido declaradas inidôneas;
- c) Empresas que estejam suspensas temporariamente de participar em licitações e impedidas de contratar com o Município de Fortaleza;
- d) Empresas que estejam em fase de recuperação judicial ou em processo de falência, sob concurso de credores, em dissolução ou liquidação.
- e) Cooperativas e Associações Sem Fins Lucrativos.



EDITAL Nº 1942/2015  
TOMADA DE PREÇO Nº 008/2015  
PROCESSO ADM. Nº 138051/2014

FL. | 5

3.5. Qualquer cidadão é parte legítima para impugnar este Edital, devendo protocolar o pedido até 05 (cinco) dias úteis antes da data fixada para abertura dos envelopes de habilitação.

3.6. A licitante poderá impugnar os termos deste Edital até o 2º (segundo) dia útil que anteceder a abertura dos envelopes de habilitação.

3.7. Deficiências no atendimento aos requisitos para apresentação da Documentação de Habilitação, Propostas Técnicas e de Preços correrão por conta e risco da licitante. Documentação e Propostas que não atenderem aos requisitos dos documentos integrantes do Edital e seus anexos implicarão na inabilitação ou desclassificação da licitante.

#### **4. DA HABILITAÇÃO.**

4.1. Para se habilitarem nesta licitação, os interessados deverão apresentar envelope lacrado, tendo no frontispício os seguintes dizeres:

À

CPL DO MUNICÍPIO DE FORTALEZA  
TOMADA DE PREÇOS Nº. 008/2015

ÓRGÃO: SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO DE FORTALEZA - SETFOR

ENVELOPE "A" - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

NOME DA LICITANTE:

OBJETO:

4.2. O envelope "A" deverá conter os documentos a seguir relacionados, em original, ou em cópia já autenticada por cartório competente, devendo cada face de documento reproduzido corresponder a uma autenticação, ainda que diversas reproduções sejam feitas na mesma folha, todos perfeitamente legíveis.

4.2.1. Caso na autenticação conste expressamente que a mesma se refere ao verso e ao anverso do documento, a exigência referente à autenticação de todas as faces do documento fica sem validade.

4.2.2. Caso o documento apresentado seja expedido por instituição que disponibilize o documento pela Internet, a Comissão poderá verificar sua autenticidade através de consulta eletrônica.



### 4.3. Habilitação Jurídica

4.3.1. O CERTIFICADO DE REGISTRO CADASTRAL expedido pela Central de Licitações da Prefeitura de Fortaleza, no seu prazo de vigência, comprovando ser a licitante fornecedora do objeto desta licitação, ou DOCUMENTO EQUIVALENTE, de acordo com o disposto no Item 3.1.2 deste edital.

4.3.2. Para a habilitação jurídica, a licitante deverá, nos documentos exigidos neste instrumento convocatório, demonstrar a compatibilidade dos seus objetivos sociais com o objeto da licitação.

### 4.4. Qualificação Econômico-Financeira

4.4.1 Apresentação da Certidão Negativa de Decretação de Falência, ou Recuperação Judicial ou Extrajudicial, expedida por quem de competência, na sede da pessoa jurídica ou certidão negativa de execução patrimonial expedida no domicílio da pessoa física.

4.4.2. Apresentação do BALANÇO PATRIMONIAL e demonstrações contábeis do último exercício social já exigível e apresentado na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais, quando encerrado há mais de 03 meses da data de apresentação da proposta.

4.4.3. A boa situação da licitante será comprovada através do seguinte índice:

#### Índice de Liquidez Geral:

AC + RLP  
\_\_\_\_\_  $\geq 1$

PC + ELP

#### Índice de Liquidez Corrente:

AC  
\_\_\_\_\_  $\geq 1$

PC

#### Endividamento:

IE = PC + ELP  $\leq 0,4$

\_\_\_\_\_  
AT



Onde:

AC = Ativo Circulante

PC = Passivo Circulante

RLP = Realizável a Longo Prazo

ELP = Exigível a Longo Prazo

AT = Ativo Total

4.4.4. No caso de sociedade por ações, o balanço deverá ser acompanhado da publicação em jornal oficial, em jornal de grande circulação e do registro na Junta Comercial.

4.4.5. No caso das demais sociedades empresárias, o balanço deverá ser acompanhado dos termos de abertura e de encerramento do Livro Diário - estes termos devidamente registrados na Junta Comercial - constando ainda, no balanço, o número do Livro Diário e das folhas no qual se acham transcritos ou a autenticação da Junta Comercial, devendo tanto o balanço quanto os termos serem assinados por contador registrado no Conselho Regional de Contabilidade e pelo titular ou representante legal da empresa.

4.4.6. No caso de empresa recém-constituída (há menos de 01 ano), deverá ser apresentado o balanço de abertura acompanhado dos termos de abertura e de encerramento devidamente registrados na Junta Comercial, constando ainda, no balanço, o número do Livro Diário e das folhas no qual se acham transcritos ou a autenticação da Junta Comercial, devendo ser assinado por contador registrado no Conselho Regional de Contabilidade e pelo titular ou representante legal da empresa.

4.4.7. No caso de sociedade simples, exceto cooperativa, o balanço patrimonial deverá ser inscrito no Cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, assinado por contador registrado no Conselho Regional de Contabilidade e pelo titular ou representante legal da sociedade, atendendo aos índices estabelecidos neste instrumento convocatório.

4.4.8. O PATRIMÔNIO LÍQUIDO MÍNIMO não poderá ser inferior a 10% da estimativa de custo, que deverá ser comprovado, através da apresentação do balanço patrimonial.

#### **4.5. Regularidade Fiscal e Trabalhista**

4.5.1. A comprovação da regularidade Fiscal e Trabalhista se dará mediante a apresentação dos seguintes documentos:

a) Prova de inscrição da empresa no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ, que esteja dentro do prazo de validade nele atestado.



b) PROVA DE REGULARIDADE PARA COM AS FAZENDAS FEDERAL, ESTADUAL E MUNICIPAL da sede ou filial da licitante, expedidas pelos órgãos abaixo relacionados e dentro dos seus períodos de validade, devendo apresentar igualdade de CNPJ.

**b.1) CERTIDÃO NEGATIVA DE DÉBITOS RELATIVOS A CRÉDITOS TRIBUTÁRIOS FEDERAIS E À DÍVIDA DA UNIÃO, OU EQUIVALENTE, EXPEDIDA PELA PROCURADORIA GERAL DA FAZENDA NACIONAL E RECEITA FEDERAL DO BRASIL;**

b.2) Certidão Negativa de Débitos Estaduais, expedida pela Secretaria da Fazenda do Estado;

b.3) Certidão Negativa de Débitos Municipais, expedida pela Secretaria de Finanças do Município.

c) Prova de situação regular perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - FGTS, através do Certificado de Regularidade do FGTS – CRF, emitido pela Caixa Econômica Federal - CEF.

d) Prova de inexistência de débitos perante a Justiça do Trabalho mediante a apresentação da Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas, emitida pela Justiça do Trabalho.

4.5.2. Serão aceitas as certidões positivas de débitos com efeito negativo, expedidas pelos órgãos citados acima.

#### **4.6. Qualificação Técnica**

4.6.1. Prova de inscrição ou registro da LICITANTE na entidade profissional competente da localidade de sua sede.

4.6.2. Comprovação de que a LICITANTE possui como Responsável Técnico ou em seu quadro permanente, na data prevista para entrega dos documentos, profissional (is) de nível superior, reconhecido(s) pela entidade profissional competente, detentor (es) de atestados, declarações ou certidões de acervo técnico emitida(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, que comprove(m) o desempenho na prestação de serviços, objeto deste instrumento.



4.6.3. No caso do profissional não constar na relação de responsáveis técnicos da entidade profissional competente, o acervo do profissional será aceito, desde que demonstre ser pertencente ao quadro permanente da empresa através de um dos seguintes documentos:

a) A comprovação de que o profissional detentor do Atestado de Responsabilidade Técnica faz parte do quadro permanente da licitante será feita através de cópia autenticada da Carteira de Trabalho e Previdência Social – CTPS (folha de identificação em que consta a fotografia, folha da qualificação, do contrato de trabalho celebrado com a licitante e últimas anotações).

b) Comprovação, no caso de sócio, da participação societária através de cópia do Contrato Social.

4.6.4. Deverão constar, preferencialmente, nos atestados, declarações ou certidões de acervo técnico, os seguintes dados: data de início e término do serviço, local de execução, nome do contratante e da contratada, nome dos responsáveis técnicos, seus títulos profissionais e números de registros no órgão de classe.

4.6.5. A Comprovação de Capacidade Técnico-Operacional da Licitante para o desempenho de atividade pertinente e compatível em característica com o objeto desta licitação será feita por intermédio de atestado ou certidão fornecida por pessoa jurídica de direito público ou privado, em que figure o nome da empresa na condição de “contratada”, devidamente registrado na entidade profissional competente, comprovando a experiência nas seguintes áreas:

a) Trabalhos realizados na área de consultoria;

b) Trabalhos realizados na área de marketing.

#### **4.7. Cumprimento do Disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal.**

Declaração da LICITANTE constando que não mantém relação de trabalho noturno, perigoso ou insalubre com menor de 18 anos e qualquer trabalho, com menor de 16 anos, salvo na condição de aprendiz a partir de 14 anos, assinado pelo representante legal da LICITANTE, ou preposto devidamente designado (ANEXO IV).

#### **4.8. Orientações sobre a Fase de Habilitação**

4.8.1. Os documentos referentes à regularidade fiscal e trabalhista deverão apresentar igualdade de CNPJ, ressalvando-se aquele que o próprio órgão emissor declara



expressamente no referido documento que ele é válido para todos os estabelecimentos - sede e filiais - da licitante.

4.8.2. Caso haja documentos redigidos em idioma estrangeiro, somente serão considerados os que forem acompanhados da versão em português, firmada por tradutor juramentado.

4.8.3. Somente serão aceitos os documentos acondicionados no envelope A, não sendo admitido, posteriormente, o recebimento pela Comissão de qualquer outro documento, nem permitido à LICITANTE fazer qualquer adendo aos entregues à Comissão.

4.8.4. Caso haja a inserção de documento em original junto com as cópias autenticadas entregues à Comissão, por força da Lei nº 5.553/68, procederá à devolução desses, mediante solicitação por escrito da LICITANTE, ou poderá efetuar a substituição do original por cópia autenticada, quando concluída a fase de habilitação.

4.8.5. As certidões de comprovação de regularidade, bem como as de falência ou recuperação judicial ou extrajudicial exigidas neste Edital, que não apresentarem expressamente o seu período de validade deverão ter sido emitidas nos 60 (sessenta) dias anteriores à data marcada para recebimento dos envelopes.

4.8.6. A Comissão poderá, também, solicitar originais de documentos já autenticados, para fim de verificação, sendo a LICITANTE obrigada a apresentá-los no prazo máximo de 02 (dois) dias contados a partir da solicitação, sob pena de, não o fazendo, ser inabilitada.

4.8.7. Caso a solicitação seja feita durante a sessão de habilitação, o pleito deverá ser registrado em Ata, nela constando o prazo máximo referido no Item acima.

4.8.8. A CPL não autenticará cópias de documentos exigidos neste Edital.

4.8.9. Serão inabilitadas as licitantes que não atenderem às exigências deste edital referentes à fase de habilitação, bem como apresentarem os documentos defeituosos em seu conteúdo e forma.

4.8.10. A inabilitação da LICITANTE importa na preclusão do direito de participar das fases subsequentes.

4.8.11. Quando todas as LICITANTES forem inabilitadas ou desclassificadas, é facultado à Comissão, mediante autorização expressa do titular da origem da licitação, fixar o prazo de 08 (oito) dias úteis, para a apresentação de documentação escoimada das causas que provocaram a inabilitação.



## 5. DA PROPOSTA TÉCNICA

5.1. A LICITANTE deverá entregar à Comissão, até o horário e dia previstos neste Edital, envelope lacrado, tendo no frontispício os seguintes dizeres:

À

CPL DO MUNICÍPIO DE FORTALEZA  
TOMADA DE PREÇOS Nº. 008/2015

ÓRGÃO: SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO DE FORTALEZA - SETFOR

ENVELOPE “B” – PROPOSTA TÉCNICA

NOME DA LICITANTE:

OBJETO:

5.2. O Envelope B deverá conter os documentos relacionados a seguir, em versão original ou em cópias autenticadas por Cartório competente, todos perfeitamente legíveis:

5.2.1. A PROPOSTA TÉCNICA deverá ser descrita com clareza, sem emendas, rasuras ou entrelinhas, digitada em 01 (uma) via, redigida em língua portuguesa, em papel timbrado da LICITANTE, ou impressa em formulário contínuo, constando endereço e telefone, datada e assinada de forma identificável (sobre carimbo ou equivalente) pelo titular ou representante legal da LICITANTE, conforme Anexo II – Carta de Apresentação de Proposta Técnica, devendo ainda ser elaborada de forma a contemplar o detalhamento do Plano de Trabalho e dos profissionais indicados, conforme roteiro a seguir:

5.2.1.1. A Proposta Técnica deverá consistir de um conjunto de textos e anexos (Atestados Técnicos e Currículos) e está limitada a 03 tomos (detalhados no final do Item 5.2.1.1.3.1.):

5.2.1.1.1. EXPERIÊNCIA DA LICITANTE PROPONENTE: Objetiva comprovar a experiência anterior da LICITANTE na execução de serviços de características compatíveis com o objeto da licitação, mediante a apresentação de atestado(s) de capacidade técnica fornecido(s) por pessoa de direito público ou privado, para as quais a LICITANTE tenha prestado os referidos serviços ou contratos devidamente assinados.

5.2.1.1.2. EQUIPE TÉCNICA: Compreende a apresentação da relação nominal dos profissionais de nível superior a serem alocados aos trabalhos na equipe técnica, com seus respectivos currículos (ANEXO VI) e a indicação das funções que lhes serão atribuídas na equipe, que será composta por 01 (um) Coordenador e 05 (cinco) membros técnicos da LICITANTE, a serem pontuados de acordo com os critérios de pontuação expostos no



subitens 5.2.1.1.2.3 e 5.2.1.1.2.4, ressaltando que estes profissionais deverão ter nível superior e pós-graduação nas áreas de Turismo, Marketing, Planejamento, Estatística, e Publicidade.

5.2.1.1.2.1. Os profissionais integrantes da Equipe Técnica deverão comprovar vínculo de natureza permanente com a LICITANTE por meio da apresentação de cópia da Carteira de Trabalho, em se tratando de vínculo empregatício; ou de Contrato de Prestação de Serviços vigente; ou dos documentos de constituição da empresa que comprovem serem sócios ou diretores. Esses documentos deverão ser autenticados em cartório.

5.2.1.1.2.2. Os profissionais integrantes da Equipe Técnica deverão firmar declaração (ANEXO V – Compromisso de Participação dos Profissionais) de que atuarão pessoalmente na execução do Contrato, caso o objeto seja adjudicado à LICITANTE e esta firme o contrato com a SETFOR. Na mesma declaração, também firmarão o compromisso de conferir tratamento confidencial a todas as informações a que tiverem acesso em função da execução do objeto.

5.2.1.1.2.3. No que se refere ao subitem 5.2.1.1.2, para efeito de pontuação serão considerados até 05 (cinco) currículos de membros da Equipe Técnica, sendo 01 (um) currículo do Coordenador e até 04 (quatro) currículos de membros técnicos.

5.2.1.1.2.4. A pontuação será atribuída a partir da apresentação dos currículos dos membros da equipe que efetivamente atuarão na execução do Contrato, desde que a experiência descrita esteja devidamente comprovada por meio da apresentação de declarações, atestados e/ou certificados.

5.2.1.1.3. ENFOQUE METODOLÓGICO E PLANO DE TRABALHO: Objetiva comprovar o conhecimento da LICITANTE nas questões ligadas aos serviços objeto da contratação, abrangendo, especialmente, os tópicos constantes da tabela de critérios de julgamento, contendo no máximo 30 páginas de conteúdo.

5.2.1.1.3.1. Compreende-se como 'página' a folha de papel formato A4, orientação principal do papel: posição retrato, impressa na fonte 'Arial' – 12 pontos; parágrafos justificados com espaçamento antes e depois de zero ponto e entre linhas simples, margens superior e esquerda: 2,5 cm; e margens inferior e direita: 2,0 cm. Desenhos e mapas poderão ser apresentados em formato A4 ou A3 e serão contados no limite de páginas aqui definido. A contagem de página exclui capa, apresentação da proposta, separatórias, índice e referências bibliográficas. Em caso de tabelas e planilhas, a orientação pode ser paisagem.



5.2.1.1.3.2. Para efeito de julgamento técnico somente serão analisadas as primeiras páginas até o limite constante do item 5.2.1.1.3, sendo desprezadas as páginas que excederem aqueles quantitativos.

5.3. Somente serão aceitos os documentos acondicionados no envelope “B”, não admitindo o recebimento pela Comissão, de qualquer outro documento, nem permitido à LICITANTE fazer qualquer adendo aos entregues à Comissão.

## 6. DA PROPOSTA DE PREÇOS

6.1. Os critérios de aceitabilidade devem ser avaliados segundo estabelecido no Termo de Referência e na proposta apresentada, bem como os preços praticados pelo mercado, fixando como preço máximo o apontado no Anexo VIII de acordo com Art. 40, X, da Lei nº 8.666/93.

6.1.1. A LICITANTE deverá entregar à Comissão, no horário e dia previstos neste edital, envelope lacrado, contendo no frontispício os seguintes dizeres:

**À**

**CPL DO MUNICÍPIO DE FORTALEZA**

TOMADA DE PREÇOS Nº. 008/2015

ÓRGÃO: SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO DE FORTALEZA - SETFOR

ENVELOPE “C” – PROPOSTA DE PREÇO

NOME DA LICITANTE:

OBJETO:

6.2. Este envelope deverá conter os seguintes documentos:

6.2.1. Proposta de Preços digitada em 01(uma) via, redigida em língua portuguesa, em papel timbrado da LICITANTE ou impressa em formulário contínuo, com clareza, sem emendas, rasuras ou entrelinhas, constando razão social da LICITANTE, endereço postal completo, CNPJ, e ainda datada, rubricada em todas as folhas e assinada (sobre carimbo ou equivalente) pelo titular ou preposto da LICITANTE contendo, conforme ANEXO III, o seguinte:

a) Especificação do objeto a ser executado, de acordo com o disposto no Item 1 – Do Objeto deste Edital;



b) Preço global da proposta, descrita em algarismos e por extenso, em moeda corrente brasileira;

c) Prazo de validade da proposta, que não poderá ser inferior a 60 (sessenta) dias.

6.2.2. Planilha de preços de acordo com o Anexo VIII - Planilha de Estimativa de Custos, na qual estarão contidas todas as despesas necessárias para a execução do serviço incluindo:

a) Remuneração de pessoal (despesas salariais, totalização dos encargos sociais e trabalhistas), despesas adicionais, remuneração da LICITANTE e totalização de tributos.

6.2.3. Ficha de Dados da pessoa que irá assinar o Contrato, caso a LICITANTE seja declarada vencedora deste certame, conforme ANEXO VII – Modelo de ficha de dados do representante legal.

6.3. No preço global proposto, já deverão estar incluídas as despesas referentes aos salários dos profissionais, encargos sociais e trabalhistas, tributos, despesas com passagens aéreas e hospedagem dos profissionais, quando for o caso, transporte, material de expediente e impressos, material e equipamentos utilizados e demais ônus atinentes à execução total do contrato.

6.4. Correrão por conta da LICITANTE vencedora todos os custos que porventura deixar de explicitar em sua proposta.

6.5. O preço global proposto não poderá ser superior ao limite máximo constante do Anexo VIII - Planilha de Estimativa de Custos, deste Edital.

6.6. Somente serão aceitos os documentos acondicionados no envelope "C", não sendo admitido o recebimento pela Comissão, de qualquer outro documento, nem permitido à LICITANTE fazer qualquer adendo aos entregues à Comissão.

## 7. DOS PROCEDIMENTOS GERAIS

7.1. A entrega dos envelopes contendo os documentos de habilitação e as propostas técnicas e de preços será feita no dia e hora previstos no preâmbulo deste Edital, na sede da CLFOR

7.2. Após a Presidente da Comissão declarar encerrado o prazo para recebimento dos envelopes, não serão aceitos quaisquer outros documentos que não os existentes no respectivos envelopes, nem será permitido que se faça qualquer adendo ou esclarecimentos sobre os documentos de forma a alterar o seu conteúdo original.

7.3. Em seguida, a Comissão procederá à abertura dos envelopes contendo os documentos referentes à habilitação e fará a conferência destes de acordo com as exigências deste



Edital, os quais serão rubricados pela Comissão. Os documentos serão postos à disposição dos representantes das LICITANTES, para que os examinem e os rubriquem.

7.4. A Comissão examinará possíveis apontamentos feitos por prepostos de LICITANTES, manifestando-se sobre o seu acatamento ou não. Em seguida, deliberará sobre os documentos apresentados e, julgando-os satisfatórios, declarará as LICITANTES habilitadas ou inabilitadas, fundamentando sua decisão.

7.4.1. O resultado da habilitação poderá ser proferido em outra sessão, a critério da Comissão, cuja data será comunicada às LICITANTES através de publicação no Dom, com a antecedência de 24 horas.

7.5. Na hipótese de considerar qualquer LICITANTE inabilitada, a Comissão fundamentará a sua decisão. Se presentes os prepostos das LICITANTES à sessão, a Presidente da Comissão fará diretamente a intimação dos atos relacionados com a habilitação e inabilitação dos LICITANTES, os quais deverão, caso queiram interpor recurso, manifestar esta intenção que deverá ser consignada em ata por todos assinada.

7.6. Caso não estejam presentes à sessão os prepostos das LICITANTES, a sessão será suspensa e a intimação dos atos referidos no item anterior será feita através do DOM, iniciando-se no dia útil seguinte à publicação, o prazo de 05 (cinco) dias úteis previsto em lei para a entrega à Comissão das razões da Recorrente.

7.7. Decorridos os prazos e proferida a decisão sobre os recursos interpostos, a Comissão marcará a data e o horário em que dará continuidade ao procedimento licitatório, cuja comunicação às LICITANTES será feita com a antecedência mínima de 24 horas contadas a partir da data marcada, através de publicação no DOM.

7.8. Na ausência de qualquer representante de LICITANTE, a Comissão manterá em seu poder o respectivo envelope. Passado o prazo recursal, e não havendo a retirada do mesmo por parte da empresa inabilitada, este ficará sob o poder da Comissão durante 30 (trinta) dias, sendo, após este prazo, desprezar ou, ainda, a Comissão poderá fazer a devolução dos envelopes através dos Correios com Aviso de Recebimento (AR).

7.9. Encerrada a fase de habilitação e abertos os envelopes contendo as propostas técnicas, não caberá desistência de proposta, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão.

7.10. Os envelopes "B" - Propostas Técnicas e "C" - Proposta de Preços, devidamente lacrados, serão rubricados pela Comissão e pelos representantes das LICITANTES presentes à sessão, caso esta venha a ser suspensa.



- 7.11. Inexistindo recursos ou decididos os interpostos, será feita a devolução dos envelopes contendo a proposta das inabilitadas, mediante solicitação das mesmas.
- 7.12. Em seguida, serão abertos os envelopes contendo as propostas técnicas das habilitadas. Os documentos neles contidos serão lidos e rubricados pela Comissão e colocados à disposição das LICITANTES, para que os examinem e os rubriquem.
- 7.13. O julgamento das propostas técnicas será feito pela Comissão Técnica Especial da SETFOR, devendo ser expedido parecer assinado por quem o emitiu e visado pelo titular do aludido órgão.
- 7.14. A avaliação e classificação das propostas técnicas serão de acordo com os critérios constantes no Item 8 deste Edital.
- 7.15. Abertas as propostas técnicas, não haverá desclassificação por motivo relacionado à habilitação, salvo em razão de fatos supervenientes ou só conhecidos após o julgamento.
- 7.16. Concluído o julgamento das propostas técnicas, proceder-se-á à abertura das propostas de preços exclusivamente das LICITANTES que tenham atingido a valoração mínima estabelecida neste Edital.
- 7.17. As propostas de preços serão analisadas e rubricadas pela Comissão e em seguida serão postas à disposição dos representantes das LICITANTES.
- 7.18. A Comissão procederá ao julgamento das propostas de preços segundo os critérios estabelecidos neste Edital, de acordo com o determinado no Item 9.
- 7.19. O julgamento com a classificação das LICITANTES será proferido em sessão pública. Havendo licitante ausente, a Comissão publicará o mesmo no DOM, e aguardará o decurso dos prazos recursais.
- 7.20. As dúvidas que surgirem durante as reuniões serão esclarecidas pela Presidente da Comissão na presença dos prepostos das LICITANTES.
- 7.21. À Comissão é facultado suspender qualquer sessão mediante motivo devidamente justificado e marcar sua reabertura para outra ocasião, fazendo constar esta decisão na ata dos trabalhos.
- 7.22. A Comissão poderá, para analisar os Documentos de Habilitação, as Propostas Técnicas e de Preços e outros documentos, solicitar pareceres técnicos e suspender a sessão para realizar diligências a fim de obter melhores subsídios para as suas decisões.
- 7.23. Todos os procedimentos relativos aos recursos estão disciplinados neste Edital, no Item 15 - Dos Recursos.
- 7.24. Todos os documentos ficam sob a guarda da CPL até a conclusão do processo.



7.25. No caso de decretação de feriado que coincida com a data designada para entrega dos envelopes "A", "B" e "C" e suas aberturas, esta licitação realizar-se-á no 1º dia útil subsequente, na mesma hora e mesmo local, podendo, no entanto, a Comissão definir outra data, horário e até local, fazendo a publicação e divulgação na mesma forma do início.

## 8. DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

8.1. O julgamento das propostas técnicas será global, aplicando-se os critérios discriminados neste item, e, em seguida, realizar-se-á o somatório do índice técnico de cada item, para se obter o índice técnico final da LICITANTE.

8.2. Os documentos e informações apresentados na Proposta Técnica serão avaliados levando em consideração as seguintes pontuações máximas:

1	Experiência da Licitante	10 (pontos)
2	Experiência da Equipe	60 (pontos)
3	Enfoque Metodológico e Plano de Trabalho	30 (pontos)
4	Total	100 (pontos)

8.3. A Nota Técnica (NT) de cada LICITANTE será a soma das pontuações obtidas para os itens: Experiência da Licitante (NT1), Experiência da Equipe - formação acadêmica e nível profissional (NT2), Enfoque Metodológico e Plano de Trabalho (NT3) segundo a fórmula abaixo, sendo desclassificadas as LICITANTES que obtiverem Nota Técnica inferior a 70 (setenta) pontos.

$$NT = NT1 + NT2 + NT3 \geq 70$$



#### 8.4. Critérios de Avaliação:

8.4.1. Experiência da Licitante: Objetiva comprovar a experiência anterior da LICITANTE na execução de serviços de características compatíveis com o objeto da licitação, mediante a apresentação de atestado(s) de capacidade técnica fornecido(s) por pessoa de direito público ou privado, para as quais a LICITANTE tenha prestado os referidos serviços ou contratos devidamente assinados.

#### 8.4.2. Experiência da Equipe:

##### 8.4.2.1. Experiência específica do Coordenador:

- a) Experiência em elaboração e coordenação de planejamentos estratégicos de marketing na área pública e/ou trabalhos similares na área privada;
- b) Mínimo de 5 anos no exercício da função de planejamento de marketing turístico nacional e/ou internacional;
- c) Participação em gestão de pesquisas de mercado; e
- d) Pós-graduação – especialização, mestrado e/ou doutorado.

##### 8.4.2.2. Experiência geral dos demais profissionais da Equipe:

- a) Profissionais com nível superior ou pós-graduação – especialização, mestrado e/ou doutorado;
- b) Profissionais com experiência técnica em planos operacionais de marketing e *branding*.
- c) Em turismo, marketing, planejamento, informática ou publicidade.

##### 8.4.2.3. Para fins de classificação e avaliação, o pessoal será agrupado nos seguintes níveis:

###### a) Nível de Coordenação:

Profissional responsável pela elaboração e análise das estratégias e táticas com supervisão da equipe.

###### b) Nível Técnico:

b.1) Profissional de marketing turístico responsável pela criação de táticas de promoção e divulgação;

b. 2) Profissional de marketing pela criação de ações de marketing e comercialização de produtos e serviços.

8.4.2.4. As LICITANTES deverão apresentar o currículo de cada componente da equipe técnica indicada, o qual, formatado de acordo com o ANEXO VI, não deverá estender-se além de 5 (cinco) páginas. Nele deve ser apresentada tão somente a experiência do profissional em atividades correlatas à função para ele prevista nesta Licitação.



8.4.2.5. A Comissão poderá, a seu critério, exigir a apresentação de documentação comprobatória das informações contidas nos currículos de qualquer componente da Equipe Técnica de Nível Superior e para cada componente deverá ser apresentado o Termo de Compromisso de Participação (ANEXO V).

8.4.3. Enfoque Metodológico e Plano de Trabalho

8.4.3.1. Na avaliação e classificação da metodologia e plano de trabalho serão considerados:

- a) Conceito, enfoque e métodos;
- b) Plano de trabalho.

8.4.3.2. Para fins de avaliação e classificação das propostas técnicas, devem ser considerados os seguintes aspectos:

- a) Descrição geral e análise conceitual do Termo de Referência;
- b) Enfoque técnico e métodos que a LICITANTE aplicará: Descrição das atividades, seus objetivos e área de abrangência. Aspectos relevantes, problemas potenciais a considerar durante o desenvolvimento das atividades envolvidas na elaboração do Plano de Marketing para o Polo Turístico de Fortaleza, e possíveis soluções para os pontos críticos identificados;
- c) Atividades previstas e cronograma detalhado: Detalhamento da metodologia a ser utilizada para a realização dos trabalhos, acompanhada de quadro de planejamento das atividades contendo:
  - c.1) Identificação das atividades a serem executadas e tarefas correspondentes a cada atividade;
  - c.2) Responsáveis envolvidos na execução das referidas tarefas e cronogramas de execução;
  - c.3) Apresentação de uma matriz de planejamento mostrando indicadores para mensurar os resultados dos trabalhos;
  - c.4) Descrição dos recursos que serão utilizados.

8.5. Critério de Pontuação para Avaliar as Propostas Técnicas:

8.5.1. As Propostas Técnicas serão avaliadas segundo os critérios constantes no ANEXO I – Termo de Referência deste Edital.

8.6. Será desclassificada a proposta técnica que:

- a) Não atender às exigências contidas neste Edital e/ou impuser condições;
- b) Obter pontuação zero em um dos itens do Enfoque Metodológico e Plano de Trabalho;
- c) Na avaliação obter média inferior a 70 pontos.

8.7. Quando todas as propostas técnicas forem desclassificadas a Comissão poderá, mediante autorização expressa do titular da origem da licitação, fixar aos LICITANTES o

prazo de 08 dias úteis para a apresentação de outras propostas escoimadas das causas que provocaram a desclassificação.

## 9. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇO E FINAL

9.1. Para a pontuação da proposta comercial, a CPL aplicará a seguinte fórmula para calcular a Nota Financeira (NF):

$$NF = 70 + 30(Vo - PL) / (Vo)$$

Onde:

NF - Nota Financeira;

PL - Preço da LICITANTE;

Vo - Preço orçado pela SETFOR.

9.1.1. A Nota Financeira (NF) estará limitada a 100.

9.2. No caso de divergência de valores resultantes de multiplicação entre as quantidades ofertadas x preço unitário e o preço total, a Comissão procederá à nova multiplicação, e considerará novo valor obtido.

9.3. Não serão levadas em consideração vantagens não previstas neste Edital, nem ofertas sobre as propostas dos demais LICITANTES.

9.4. Será proclamada vencedora desta licitação a LICITANTE que apresentar proposta que, atendendo todas as condições do Edital e seus componentes, obtiver a maior NOTA FINAL - N conforme a fórmula estabelecida a seguir:

$$N = 0,7 NT + 0,3 NF$$

Onde:

N – nota final da proposta;

NT – nota técnica obtida pela LICITANTE; e

NF – Nota financeira (de preço) obtida pela licitante.

9.5. Os cálculos da Nota Técnica, Nota Financeira e da Nota Final, deverão ser feitos sem arredondamento e com 2 (duas) casas decimais.

9.6. Havendo absoluta igualdade na média obtida por duas ou mais LICITANTES, será feito sorteio classificatório, na presença das LICITANTES.

9.7. Serão desclassificadas as propostas de preços que:

- a) não atenderem às exigências deste Edital;
- b) apresentarem preços global ou unitário simbólico, irrisório ou de valor zero, incompatíveis com os preços praticados no mercado;



c) apresentarem preços manifestamente inexequíveis, assim considerados aqueles que não venham a ter demonstrado sua viabilidade através de documentação;

d) apresentarem preço global superior ao valor de referência.

9.8. Quando todas as propostas comerciais forem desclassificadas a Comissão poderá, mediante autorização expressa do titular da origem da licitação, fixar aos LICITANTES o prazo de 08 dias úteis para a apresentação de outras propostas escoimadas das causas que provocaram a desclassificação.

9.9. O resultado final da licitação será divulgado através de sessão pública ou posteriormente através de publicação no DOM e DOU.

## **10. DA HOMOLOGAÇÃO E DA ADJUDICAÇÃO**

10.1. A homologação e a adjudicação desta licitação em favor da LICITANTE classificada em primeiro lugar são da competência do titular da origem desta licitação.

10.2. O titular da origem desta licitação se reserva o direito de não homologar ou revogar o presente processo, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado e mediante fundamentação escrita.

## **11. DO CONTRATO**

11.1. A Secretaria Municipal de Turismo de Fortaleza - SETFOR assinará contrato com a vencedora desta licitação, no prazo máximo de 05 dias contados da data da convocação expedida por esse órgão, sob pena de decair do direito à contratação, podendo ser prorrogada somente uma vez, quando solicitado pela parte, desde que ocorra motivo justificado e aceito pelo Contratante.

11.2. A recusa injustificada da vencedora em assinar o contrato, aceitar ou retirar o instrumento equivalente dentro do prazo estabelecido pelo órgão Contratante, caracteriza o descumprimento total da obrigação assumida, sujeitando-a a multa de 10% sobre o valor total do contrato.

11.3. É facultado à Administração, quando o convocado não assinar o Termo de Contrato no prazo e condições estabelecidas, convocar as LICITANTES remanescentes, na ordem de classificação, para fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições propostas pelo primeiro classificado, inclusive quanto aos preços atualizados, de conformidade com este Edital, ou revogar esta licitação.



11.4. O disposto no item 11.2 não se aplica às licitantes convocadas nos termos do art. 64, § 2º da Lei nº 8.666/93, que não aceitem a contratação nas mesmas condições propostas pelo primeiro adjudicatário, inclusive quanto ao prazo e preço.

11.5. A Contratada é responsável pelos danos causados diretamente ao Contratante ou a terceiros decorrente de sua culpa ou dolo, na execução do contrato, não excluindo ou reduzindo essa responsabilidade à fiscalização ou ao acompanhamento pela Contratante.

11.6. A Contratada é responsável pelos encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais resultantes da execução do contrato.

11.7. O Representante do Contratante anotarà em registro próprio todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, determinando o que for necessário à regularização das faltas ou defeitos observados.

11.8. Os serviços contratados iniciarão 03 (três) dias úteis após a emissão da ordem de serviço.

11.9. O contrato terá vigência de 12 (doze) meses contados a partir da data de publicação do contrato.

11.10. A Contratada, pelo prazo de 90 dias após a finalização dos serviços, será responsável por sua falta ou reparação, desde que a fiscalização do órgão ou entidade licitadora comprove que danos ocorridos tenham resultado de execução imperfeita ou inadequada às especificações de origem.

11.11. Ocorrerá a rescisão do contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, ocorrendo qualquer dos casos mencionados na Cláusula da Rescisão constante da Minuta de Contrato.

11.12. O contrato sofrerá reajuste somente após decorridos 12 (doze) meses contados a partir da data de apresentação da proposta de preços da Contratada, obedecendo à legislação federal em vigor e aplicando-se o INPC - Índice Nacional de Preços ao Consumidor do IBGE.

11.13. Ocorrerá revisão de preços na hipótese de ocorrência de fatos imprevisíveis ou previsíveis, porém de consequências incalculáveis durante a gestão contratual, bem como no caso de majoração legal de preços, devendo a contratada se manifestar e, comprovadamente, demonstrar o desequilíbrio econômico - financeiro do Contrato, cabendo ao Contratante, justificadamente, aceitar ou não, aplicando-se o INPC - Índice Nacional de Preços ao Consumidor do IBGE.



## 12. DA GARANTIA CONTRATUAL

12.1. Para a assinatura do contrato o adjudicatário prestará garantia em uma das modalidades contidas no Item 12.2 deste Edital e na mesma forma, no montante igual a 2% (dois por cento) do valor global de sua proposta, e sua validade deverá ser por todo o período de duração do contrato, a partir da assinatura do instrumento, compreendidas eventuais prorrogações ou atrasos, perdurando até a data final do mesmo.

12.2. A garantia de execução poderá ser prestada em uma das ou por sua combinação nas seguintes modalidades:

a) Caução em dinheiro ou em título da dívida pública, vedada a prestação de garantia através de Títulos da Dívida Agrária; ou

b) Fiança bancária: a LICITANTE entregará o documento original fornecido pela Instituição que a concede, no qual constará:

1. BENEFICIÁRIO: .....

2. OBJETO: Garantia contratual referente a .....

3. VALOR: R\$.....

4. PRAZO DE VALIDADE.....

5. Que a liberação será feita mediante a devolução pelo ..... do documento original ou, automaticamente, após o prazo de validade da carta;

c) Seguro-garantia: a apólice deverá ser emitida em favor da Contratante.

12.3. Na garantia para a execução do Contrato deverá estar expresso seu prazo de validade superior a 90 (noventa) dias do prazo contratual.

12.4. A Secretaria Municipal de Turismo de Fortaleza – SETFOR reserva-se o direito de, a qualquer tempo, exigir a substituição do prestador de fiança, nos casos de falência ou recuperação judicial, ou de alienação de bens que comprometam a solvência do fiador.

12.5. A liberação da garantia será feita 90 (noventa) dias após a emissão do Termo de Recebimento Definitivo e, quando tiver sido constituída em dinheiro, o seu valor original será corrigido pela variação do IGPM, entre a data da sua devolução e a data do depósito.

12.6. Na ocorrência de acréscimo contratual de valor e/ou prorrogação do prazo contratual deverá ser prestada garantia proporcional ao valor acrescido e/ou ao novo prazo contratual, nas mesmas condições estabelecidas no subitem 12.1.



### **13. DA EXECUÇÃO DO SERVIÇO/PRODUTO**

13.1. Cada parcela do serviço/produto será executado e entregue na forma e prazo previstos no Termo de Referência, acompanhado pelo técnico responsável da SETFOR, e estará sujeito à aceitação da Contratante, que o rejeitará ou o aceitará definitivamente mediante emissão do Termo de Recebimento.

13.2. Os serviços/produtos serão aqueles considerados na Proposta de Preços global aprovada e integrante do contrato.

### **14. DO PAGAMENTO**

14.1. O pagamento dos serviços/produtos será efetuado após o recebimento dos mesmos pelo gestor e mediante apresentação da Nota Fiscal/Fatura discriminada, atestada pelo gestor do contrato, cumpridas todas as exigências contratuais acompanhado da Nota de Empenho, das certidões comprobatórias de regularidade da Seguridade Social – INSS, Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS, Certidão de regularidade fiscal com as Fazendas Federal, Estadual e Municipal da sede da Contratada e Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas.

14.2. Para que o pagamento ocorra no prazo de até 30 dias após o atesto dos serviços/produtos, a Nota Fiscal/Fatura e demais documentos, deverão ser entregues até o 5º dia útil após o recebimento definitivo do mesmo.

14.3. A Nota Fiscal/Fatura que apresentar erro na sua emissão será devolvida à Contratada para fins de correção ou substituição, implicando em prorrogação automática do seu vencimento, até a completa regularização, sem ônus adicionais para a SETFOR.

14.4. A Contratante, no ato do pagamento, fará a retenção do ISS incidente sobre o valor da Nota Fiscal/Fatura, quando for o caso, responsabilizando-se pelo recolhimento à SEFIN dos valores efetivamente retidos.

14.5. Nos casos de serviços acrescidos ou realizados antecipadamente mediante prévia autorização do Contratante, os pagamentos respectivos serão feitos de acordo com o disposto no Item 14.1.

14.6. O atraso na apresentação da documentação referida no Item 14.1. não acarretará a correção monetária do pagamento.



## 15. DOS RECURSOS

15.1. Das decisões proferidas pela CPL, caberá recurso nos casos de:

- a) habilitação ou inabilitação;
- b) julgamento das propostas técnicas;
- c) julgamento das propostas de preços.

15.2. A intenção de interpor recurso contra a decisão da Comissão, de habilitar ou inabilitar, classificar ou desclassificar, deverá constar em Ata, se presente à sessão, o representante da LICITANTE.

15.3. Havendo recurso referente à fase de habilitação, os envelopes contendo as propostas técnicas e de preço de todas as LICITANTES, inclusive o da Recorrente, ficarão em poder da Comissão até o julgamento do recurso interposto. Apreciado o recurso, e mantida a inabilitação, os envelopes “B” e “C” deverão ser retirados por representante legal, no prazo de 30 (trinta) dias contados a partir da data do aviso de prosseguimento da licitação. Após este prazo, caso não sejam retirados, os envelopes serão descartados.

15.4. Havendo recurso referente à fase de classificação de proposta técnica, os envelopes contendo as propostas de preços de todas as LICITANTES, inclusive o da Recorrente, ficarão em poder da Comissão até o julgamento do recurso interposto. Apreciado o recurso, e mantida a desclassificação, o envelope “C” deverá ser retirado por representante legal, no prazo de 30 (trinta) dias contados a partir da data do aviso de prosseguimento da licitação. Após este prazo, caso não seja retirado, o envelope será descartado.

15.5. Em caso de ausência do representante legal da LICITANTE à sessão, esta será suspensa para que se proceda à publicação no DOM e DOU de sua inabilitação ou desclassificação.

15.6. Os recursos deverão ser protocolados na CPL, no devido prazo legal, não sendo conhecidos os interpostos fora deste prazo.

15.7. Os recursos deverão ser dirigidos ao titular da origem desta licitação, e interpostos mediante petição digitada e assinada por quem de direito, contendo as razões de fato e de direito com as quais se contrapõem a decisão adversa.

## 16. DAS PENALIDADES E DAS SANÇÕES

16.1. A recusa injustificada da vencedora em assinar o Contrato, aceitar ou retirar o instrumento equivalente dentro do prazo estabelecido pelo órgão Contratante, caracteriza o descumprimento total da obrigação assumida, caso em que se sujeitará ao pagamento de



indenização por perdas e danos, apurada em função do valor global do contrato a ser firmado, incluída nesta, a diferença a maior que a origem desta licitação será obrigada a desembolsar para obter a prestação, sem prejuízo da multa de 2% incidente sobre o valor a ser indenizado.

16.2. O atraso injustificado, o descumprimento, parcial ou total, do objeto do contrato pela Contratada, bem como de quaisquer das obrigações definidas neste instrumento, acarretará, após regular processo administrativo, com direito à ampla defesa e ao contraditório, a incidência das seguintes sanções:

I. Advertência;

II. Multa de mora de 0,33% sobre o valor da prestação vencida, por cada dia de atraso, sem prejuízo das demais sanções contratuais e legais estabelecidas;

III. Suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração por prazo não superior a 02 anos;

IV. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição, ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a Contratada ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes, e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base no inciso anterior.

16.3. As sanções previstas nos incisos I, III e IV do Item 16.2., poderão ser aplicadas cumulativamente com a do inciso II.

16.4. Nos casos de aplicação de multa, será a Contratada notificada, para no prazo de 10 (dez) dias, a partir da notificação, recolher a importância correspondente à SETFOR. O pagamento dos serviços executados somente serão efetuados após o adimplemento da multa imposta à Contratada.

16.5. O inadimplemento total das obrigações contratuais assumidas, assim considerado o atraso superior a 90 (noventa) dias, dará à Contratante o direito de rescindir unilateralmente o contrato e de aplicar multa de 5% (cinco por cento) do valor total da contratação.

16.6. As multas poderão ser cobradas de forma individual ou cumulativamente.

16.7. A multa aplicada após regular processo administrativo será descontada da garantia prestada pela Contratada.

16.8. Se a multa for de valor superior ao valor da garantia prestada, além da perda desta, responderá a Contratada pela sua diferença, a qual será descontada dos pagamentos



eventualmente devidos pela Administração ou ainda, quando for o caso, cobrada judicialmente.

16.9. As sanções de suspensão e de declaração de inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública Municipal poderão também ser aplicadas à Contratada que, em razão dos Contratos firmados com qualquer órgão da Administração Pública Federal, Estadual e Municipal:

- I. tenham sofrido condenação definitiva por praticarem, por meios dolosos, fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;
- II. tenham praticado atos ilícitos visando a frustrar os objetivos da licitação;
- III. demonstrem não possuir idoneidade para contratar com a Administração Pública em virtude de atos ilícitos praticados.

16.10. Somente após ressarcir à SETFOR pelos prejuízos causados e após decorrido o prazo da suspensão aplicada, poderá a Contratada solicitar a sua reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a sanção.

16.11. A declaração de inidoneidade é da competência exclusiva do Secretário Executivo.

## **17. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS**

17.1. Independentemente de declaração expressa, a apresentação da proposta implica na aceitação plena e total das condições e exigências deste Edital, na veracidade e autenticidade das informações constantes nos documentos apresentados, e ainda, a inexistência de fato impeditivo à participação da pessoa, bem como de que deverá declará-los quando ocorridos durante o certame.

17.2. Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento e considerar-se-ão os dias consecutivos, exceto quando for explicitamente disposto em contrário. Só se iniciam e vencem os prazos referidos em dia de expediente na CPL.

17.3. No interesse da Administração Pública Municipal e sem que caiba aos LICITANTES qualquer tipo de indenização, fica assegurado à autoridade competente:

- a) Alterar as condições, a qualquer tempo, no todo ou em parte, da presente licitação, dando ciência aos interessados na forma da legislação vigente;
- b) Anular ou revogar, no todo ou em parte, a presente licitação, a qualquer tempo, disto dando ciência aos interessados mediante publicação no DOM e DOU.



EDITAL Nº 1942/2015  
TOMADA DE PREÇO Nº 008/2015  
PROCESSO ADM. Nº 138051/2014

FL. | 28

17.4. Os interessados em participar da presente licitação, terão o Edital disponível gratuitamente no *sítio* [compras.fortaleza.ce.gov.br](http://compras.fortaleza.ce.gov.br).

17.5. Os pedidos de informação sobre aspectos técnicos do Edital deverão ser enviados até 05 dias úteis da data prevista para o recebimento dos envelopes. Não serão aceitos comunicados verbais, nem pedidos de esclarecimentos formulados após o prazo aqui estabelecido.

17.6. Os casos omissos e eventuais esclarecimentos adicionais a este Edital e seus anexos, deverão ser dirigidos, por escrito, diretamente à CPL, no horário comercial, de 2ª a 6ª feira. Os pedidos de informação sobre aspectos técnicos do Edital, deverão ser enviados até 5 dias úteis antes do horário previsto para o recebimento dos envelopes.

17.7. Fica eleito o foro de Fortaleza/CE, para dirimir qualquer dúvida no procedimento desta licitação.

Fortaleza/CE, de junho de 2015.

**ELPÍDIO NOGUEIRA MOREIRA**  
Secretário Municipal de Turismo de Fortaleza

**Jamile Barbosa G. de Vasconcelos**  
Assessora Jurídica do PRODETUR

**Hercília Façanha de Sousa**  
Assessora Jurídica da SETFOR



## ANEXO I

### TERMO DE REFERÊNCIA

#### 1. CONTEXTO

O Programa Nacional de Desenvolvimento do Turismo (PRODETUR NACIONAL), criado pelo Governo Federal no âmbito do Ministério do Turismo (MTur), tem por objetivo adquirir financiamento para programas regionais por meio da captação de recursos junto a organismos multilaterais de crédito, como por exemplo a Corporação Andina de Fomento - CAF.

O objetivo principal do PRODETUR NACIONAL é gerar condições que facilitem a consecução das metas do Plano Nacional de Turismo 2013-2016, aprovado pelo Decreto nº 7.994/2013. Seus objetivos específicos são:

1. Realização de estudos e pesquisas que objetivem um maior conhecimento sobre o turismo, o mercado e o território;
2. Estruturação dos destinos; o fomento, a regulação e a qualificação dos serviços;
3. A promoção dos produtos turísticos;
4. O estímulo ao desenvolvimento sustentável da atividade;
5. O fortalecimento da gestão descentralizada, das parcerias e da participação social.

O apoio da CAF ao PRODETUR NACIONAL se dá por meio de uma Linha de Crédito condicionado para Investimento (CCLIP). É um instrumento idôneo para avançar rumo a um modelo de desenvolvimento turístico, a partir do qual os investimentos dos Governos Estaduais e Municipais respondam tanto às especificidades próprias quanto a uma visão integral do turismo no Brasil, tal qual preconiza o Plano Nacional de Turismo.

Poderão qualificar-se como mutuários os Estados, os Municípios e as entidades de personalidade jurídica própria que integrem a Administração Pública relacionada ao Turismo nos âmbitos federal, estaduais ou municipais. Para alcançar seus objetivos, o Programa



PRODETUR Nacional apoiará o financiamento de projetos de desenvolvimento turístico organizados em cinco componentes descritos a seguir:

1. Estratégia de Produto Turístico: Conceitualmente, o produto turístico relaciona-se diretamente com a motivação em viajar a um destino. Tem como base os atrativos naturais e culturais, tangíveis ou intangíveis, que determinam o deslocamento do turista a um espaço geográfico específico. Também inclui os equipamentos e serviços necessários para possibilitar o consumo turístico satisfatório. Os produtos turísticos definem as distinções e as características relevantes do destino. Por isso, é importante desenvolver uma estratégia coerente, na qual se priorizam os produtos que melhor se consolidam com a boa imagem de cada destino, gerando maior rentabilidade a curto, médio e longo prazo em decorrência da satisfação dos visitantes. Nesse contexto, as atividades desse componente se concentrarão nos investimentos relacionados com o planejamento, a recuperação e a valorização dos atrativos turísticos públicos necessários para promover, firmar ou melhorar a competitividade dos destinos em modalidades ou tipos específicos de turismo. O componente também integrará as ações destinadas a alinhar os investimentos privados em segmentos ou nichos estratégicos, bem como aquelas destinadas a melhorar a competitividade dos empresários turísticos, por meio do aprimoramento da organização setorial, da qualidade dos serviços e do acesso a fatores produtivos;
2. Estratégia de Comercialização: Contemplará ações destinadas a solidificar a imagem dos destinos turísticos e a garantir a eficiência dos meios de comercialização escolhidos;
3. Fortalecimento Institucional: Integrará ações orientadas a fortalecer a institucionalidade turística por meio de mecanismos de gestão e coordenação em âmbito federal, estadual e local, do setor público e privado. Ele também apoiará a gestão turística estadual e municipal por meio da reestruturação de processos internos, equipamentos, desenvolvimento de software, capacitação e assistência técnica.
4. Infraestrutura e Serviços Básicos: Integrará todos os investimentos em infraestrutura e de serviços não vinculados diretamente a produtos turísticos, mas necessários para gerar acessibilidade ao destino e dentro dele (infraestrutura de acesso e transporte) e satisfazer

as necessidades básicas do turista durante sua estada, no que concerne ao abastecimento de água, saneamento, energia, telecomunicações, saúde e segurança;

5. Gestão Ambiental: Esse componente será dirigido à proteção dos recursos naturais e culturais, que constituem a base da atividade turística, além de prevenir e minimizar os impactos ambientais e sociais que os diversos investimentos turísticos possam gerar. Dentre as ações previstas, estão incluídas a implantação de cinco sistemas de gestão ambiental, as avaliações ambientais estratégicas, estudos de impacto ambiental, entre outros.

A Secretaria Municipal de Turismo de Fortaleza - SETFOR, criada pela Lei Complementar nº 24/2005, tem por escopo ser um instrumento de transformação do turismo local, contribuindo para a melhoria da qualidade da vida urbana, da prestação de serviços públicos e da oferta de produtos, de forma a impulsionar a atividade turística sustentável do Município de Fortaleza.

Com essa visão, executa, desde sua criação, programas estratégicos que consolidam o turismo de Fortaleza no mercado nacional. Programas estratégicos como capacitação e qualificação para o turismo, pesquisa e sistema de informações turísticas, marketing institucional, enfrentamento da exploração sexual contra criança e adolescentes, bem como desenvolvimento de produtos turísticos que fazem parte do calendário de eventos da cidade.

A SETFOR, através de sua Unidade de Coordenação de Projetos – UCP, é o Órgão Executor do PRODETUR Nacional Fortaleza, com a competência de Gerenciar, Monitorar e Avaliar o Programa. Quanto à execução do Programa no nível operacional, a UCP tem a incumbência de planejamento, gestão administrativa e fiduciária (aquisição e desembolsos), acompanhamento técnico, ambiental e financeiro e monitoria e avaliação do Programa.

A execução do Programa está centralizada na SETFOR, à qual se vincula a Unidade de Coordenação de Projetos (UCP), integrando sua estrutura.



A Unidade de Coordenação de Projetos (UCP) tem a responsabilidade da execução do Programa do ponto de vista técnico e operacional, tem sua estrutura de funcionamento e suas funções descritas a seguir. A SETFOR contará com os técnicos que integram a equipe da UCP para a execução do Programa, bem como para a integração e articulação dos diversos órgãos participantes.

A UCP contará com uma estrutura organizacional composta por Coordenação Geral, Assessoria Jurídica, Coordenação Especial de Estratégia do Produto Turístico, Coordenação Especial de Comercialização, Coordenação de Infraestrutura, Serviços Básicos e Gestão Ambiental, Coordenação de Desenvolvimento Institucional e Coordenação Administrativa Financeira.

Nesse diapasão, o Município de Fortaleza solicita a elaboração do Plano de Marketing da Área Turística de Fortaleza ao Programa PRODETUR Nacional, tendo como instituição responsável pela contratação dos serviços a Secretaria Municipal de Turismo de Fortaleza – SETFOR, a qual será responsável pelo acompanhamento e supervisão dos trabalhos e pela articulação entre os atores, que devem entrar em consenso para estabelecer objetivos e assumir compromissos para execução da elaboração do Plano de Marketing, que deverá conter, principalmente, um processo de desenvolvimento que atinja toda a cadeia produtiva do turismo e que beneficie as comunidades locais em seu desenvolvimento econômico.

## 2. ÁREA TURÍSTICA SELECIONADA

Fortaleza, capital do Estado do Ceará, situada na Região Nordeste do Brasil, está localizada no litoral Atlântico com 34 km de praias, a uma altitude média de 21m e tem 313 km<sup>2</sup> de área territorial, sendo a capital de maior densidade demográfica do país com 7.903 hab/km<sup>2</sup>. É a cidade mais povoada do Ceará e a quinta maior cidade do País com uma população estimada em 2014 de 2.771.896 habitantes, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2014.

A Região Metropolitana de Fortaleza (RMF), também conhecida como Grande Fortaleza, foi criada pela Lei Complementar Federal nº 14, de 8 de junho de 1973.



Formada, inicialmente, por apenas cinco idades (Fortaleza, Caucaia, Maranguape, Pacatuba e Aquiraz), formava uma massa populacional de aproximadamente 1 milhão de habitantes. Em 1986, Maracanaú, por lei federal, passou a fazer parte da RMF. Em 1991 foram adicionados mais dois Municípios, Eusébio e Guaiúba. A partir de 1999, mais cinco Cidades passaram a integrar a região metropolitana: Itaitinga, Chorozinho, Pacajus, Horizonte e São Gonçalo do Amarante. Com 2.771.896 habitantes, é a terceira maior região metropolitana do Nordeste e a sétima do Brasil, tendo como área de influência todo o Estado do Ceará, o oeste do Rio Grande do Norte, o centro-norte do Piauí, o leste do Maranhão e a região da divisa Ceará e Pernambuco.

Segundo a Secretaria do Turismo do Estado Ceará – SETUR, o Estado cearense possui 11 regiões turísticas que são: Fortaleza, Costa Sol Nascente, Costa Sol Poente, Cariri, Serra da Ibiapaba, Serras de Aratanha e Baturité, Sertão Central, Sertão dos Inhamuns, Vale do Acaraú, Vale do Jaguaribe e Vale do Salgado.

- **Fortaleza**

Localizada geograficamente no Estado do Ceará que faz fronteira com os Estados do Piauí, Rio Grande do Norte, Paraíba e Pernambuco, Região Nordeste do Brasil, é limítrofe com os Municípios de Caucaia, Maracanaú, Itaitinga, Eusébio e Aquiraz que compõem a Região Metropolitana de Fortaleza. O Acesso à Capital é pelo Aeroporto Internacional Pinto Martins, e pelas vias terrestres BR's 020, 116, 222 e CE's 040, 060, 065 e 085 ou ainda pelo Porto do Mucuripe.

Compreende uma diversidade de atrativos como: sol, praia, bons restaurantes, cultura e uma noite agitada inigualável. Somente no mês de Junho de 2014, foram 363 mil visitantes, segundo dados do Secretário do Turismo do Ceará. Entre os turistas nacionais, os estados que mais enviaram turistas ao Ceará foram São Paulo (24% do total de visitantes brasileiros), Rio de Janeiro (12,39%), Rio Grande do Norte (8,12%) e Bahia (7,67%). Atualmente a cidade conta com um diferencial de infraestrutura turística que são as implantadas Casas do Turista nas principais áreas turísticas. Ademais, possui um produto inovador que é o Reveillon realizado desde 2005, e responsável por um público atual de 600 mil pessoas com acréscimo anual



de 30%, além de produtos já consolidados como o Fortal (carnaval fora de época). Em verdade, a cidade dispõe de estrutura montada especialmente para comportar esse evento.

O Ceará registrou crescimento de 68,4% em seu Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) em 20 anos. Entre 1991 e 2010, o IDH do Estado passou de 0,405, considerado muito baixo, para 0,682, classificado como de médio desenvolvimento humano. O Estado possui o segundo melhor IDHM do Nordeste, atrás apenas do estado do Rio Grande do Norte. Capital se mantém com o índice mais alto do Estado. Os dados constam no Atlas do Desenvolvimento Humano Brasil 2013, elaborado a partir de parceria do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), Fundação João Pinheiro, Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD). Diante da evolução do IDH-M e da realidade socioeconômica das populações que residem na orla marítima de Fortaleza e sobrevivem de atividades pesqueiras ou artesanais, sabe-se que o turismo contribui na transformação da realidade local ao ampliar as oportunidades de emprego, ocupação e renda em áreas turísticas, mediante ações sistemáticas de capacitação profissional para o desempenho de funções operacionais.

Diante da evolução do IDH-M e da realidade socioeconômica das populações que residem na orla marítima de Fortaleza e sobrevivem de atividades pesqueiras ou artesanais, sabe-se que o turismo contribui na transformação da realidade local ao ampliar as oportunidades de emprego, ocupação e renda em áreas turísticas, mediante ações sistemáticas de capacitação profissional para o desempenho de funções operacionais. Em outras palavras, dentro das atividades que impulsionam a economia local, destacam-se as ligadas ao setor de serviços, figurando o turismo como uma das mais importantes, devido a sua capacidade de geração de empregos, distribuição de renda e movimentação de outras 54 atividades econômicas diretamente envolvidas em sua cadeia produtiva.

Quanto à localização dos Empreendimentos Turísticos, 90,55% estão na Regional II (Centro, Praia de Iracema, Meireles, Praia do Futuro) que compreende os bairros que possuem a maior parte da oferta de serviços turísticos de Fortaleza. A movimentação turística via Fortaleza, segundo dados da SETUR-CE, no período de janeiro a dezembro de 2012 foi de 2.995.024 turistas, sendo 2.773.991 Nacional e 221.033 Internacional. Essa demanda está centrada nas tipologias lazer, eventos e negócios. Destaque-se, também,



que o impacto no ano de 2012 sob o PIB de Fortaleza foi 10,8%. Ainda segundo a SETUR-CE, esta cidade possui uma Oferta Hoteleira no Ceará (UHs) de 27.551 Leitos. Diante do grande crescimento da cidade nos últimos dez anos e o aumento crescente da demanda turística, Fortaleza necessita de aportes no planejamento da atividade, recuperação e valorização dos atrativos turísticos, qualificação do destino e fortalecimento institucional do órgão municipal de turismo, necessários para promover, consolidar ou melhorar a sua competitividade como destino turístico, no sentido de assegurar o desenvolvimento sustentável e integrado da atividade em nossa cidade.

Vale observar que Fortaleza recebeu o prêmio das Melhores Práticas dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional – 2010. A cidade foi premiada na categoria Aspectos Sociais pela realização do Projeto Inclusão Social com Capacitação Profissional.

Para concorrer ao Prêmio de Melhores Práticas, o MTur recebeu e avaliou 240 projetos, sendo que 27 práticas destes foram selecionados, conforme as 13 dimensões que compõem o Índice de Competitividade 2010. Foram analisadas dimensões como: infraestrutura geral; acesso, serviços, equipamentos e atrativos turísticos; marketing e promoção; e aspectos ambientais, sociais e culturais. As práticas premiadas foram divididas e analisadas em capitais e não-capitais.

Por outro lado, a SETFOR tem como prioridade, através do Marketing Turístico, desenvolver turisticamente a cidade, de forma a gerar mecanismos de apoio para que os investimentos do setor privado possam se alinhar com os investimentos públicos, criar estratégias de comercialização necessárias para consolidação do turismo e inovar a oferta de produtos turísticos do Município de Fortaleza.

Como fonte de indução e qualificação do mercado da Área de Fortaleza, embora o turismo doméstico tenha grande peso, existe uma demanda potencial dos mercados emissores internacionais que merece ser trabalhada de forma mais incisiva, principalmente em relação às estratégias de melhoria dos produtos turísticos, comercialização e infraestrutura de serviços básicos para atender esse público seletivo.

Então vale a pena destacar a necessidade de melhorar o ordenamento territorial turístico, mediante a descentralização das atividades e atrativos turísticos, requalificação e



revalorização de áreas turísticas e recuperação do patrimônio histórico, programação de eventos, visitas e atividades em torno dos principais atrativos, melhoramento do mobiliário urbano, implantação de itinerários e roteiros turísticos temáticos, sinalização turística, capacitação e qualificação da mão-de-obra, utilização de tecnologias avançadas de informação e comunicação para a comercialização deste destino turístico, criar um plano de marketing estratégico e operacional para Fortaleza, formulação e produção de materiais e participação em eventos promocionais, desenvolvimento do sistema de informações turísticas, fortalecer institucionalmente a SETFOR e os órgãos consultivos e de coordenação com o setor, melhorar a infraestrutura e serviços básicos, principalmente relacionados ao acesso, segurança, transporte e saúde, além de avaliações ambientais de áreas turísticas.

### **3. MARKETING – CONCEITUAÇÃO**

O Plano de Marketing é um instrumento que define os objetivos ligados ao mercado e aos meios de comunicação a serem utilizados para promover os produtos, além das estratégias e ações para atingi-los. O Plano de Marketing deve ser um guia que oriente a ação de marketing das áreas turísticas prioritárias, facilitando a coordenação dos esforços de promoção e comercialização dos diferentes atores dos setores público e privado. Também deve permitir a otimização da ação de marketing fazendo um melhor uso dos recursos.

O marketing, dentro da Estratégia de Comercialização do Programa PRODETUR Nacional, contemplará ações destinadas a fortalecer a imagem dos destinos turísticos, de forma a garantir a eficiência e a eficácia dos meios de comercialização.

No relatório final do PDTIS de Fortaleza validado pelo Conselho de Turismo as diretrizes e as ações de promoção e marketing turístico, fizeram parte de umas das estratégias definidas na matriz SWOT. Buscar o planejamento e a consolidação das ações continuadas, num contexto amplo e integrado, garantindo os benefícios esperados definir sua estratégia.

A Promoção e Marketing Turístico envolvem ações continuadas que, se não planejadas num contexto amplo e integrante, não gera os benefícios esperados e, muitas



vezes, podem até perderem-se os esforços empreendidos. Assim sendo, é fundamental a elaboração de um Plano de Promoção e Marketing para Fortaleza, buscando alavancar investimentos, vender destinos e descobrir novos produtos sempre de forma sustentável.

Os estudos e análises realizados durante a preparação do PDITS em 2009 para a Área Turística do Município de Fortaleza colocaram em evidência que um dos pontos fracos na gestão da área como destino turístico é a inexistência de uma ação de marketing adequadamente planejada e coordenada.

O PDITS estabeleceu, também, as bases para as estratégias de mercado que devem ser desenvolvidas e concretizadas em produtos estruturados e em uma ação de promoção e comercialização adequada. Daí a necessidade de contar com um Plano de Marketing Turístico que organize e guie a ação de promoção e comercialização do destino, facilitando a coordenação dos esforços dos diferentes atores do setor público e privado.

O desenvolvimento do Plano como fator de integração regional, unindo os polos do litoral do Estado ao Polo de Fortaleza, está em conformidade com o Plano Nacional de Turismo - PNT e com o programa Roteiros do Brasil, instituído pelo MTur.

#### **4. OBJETIVO GERAL**

Contratar empresa para elaboração de um Plano de Marketing estratégico e operacional, para os destinos turísticos da Área Turística de Fortaleza segundo as especificações deste pleito.

##### **4.1 Objetivos Específicos**

1. Dispor de um planejamento proativo (pensar e agir antecipadamente, basicamente significa prever) para realizar uma ação de marketing coordenada, direcionada para atingir objetivos precisos que contribuam para o desenvolvimento socioeconômico da área selecionada;
2. Facilitar a coordenação dos esforços de promoção e comercialização dos diferentes atores dos setores públicos e privados;



3. Otimizar a ação de promoção fazendo um melhor uso dos recursos e do acompanhamento dos resultados;
4. Melhorar o conhecimento que o mercado potencial tem sobre o destino, com o intuito de aumentar o interesse pelo mesmo e facilitar a decisão de compra;
5. Alcançar um posicionamento adequado no mercado consistente com as estratégias de desenvolvimento turístico estadual e nacional.

## 5. PRINCÍPIOS METODOLÓGICOS

A preparação do Plano de Marketing se baseará nos seguintes princípios:

- **Participação:** Estar baseado em um processo participativo e de consulta para se obter um documento em que haja consenso entre o setor público e privado que possa ser aplicado com o apoio de todos os atores;
- **Complementaridade:** Assegurar sinergias com as ações realizadas a nível estadual e federal;
- **Realismo:** Levar em consideração a realidade do mercado e os recursos disponíveis no destino, evitando a criação de falsas expectativas;
- **Transferência de Conhecimentos:** Cumprir com objetivos de sensibilização dos gestores públicos e privados do turismo no que se relaciona ao planejamento e gestão da ação de marketing;
- **Enfoque Prático:** Atingir um nível operativo, definindo com precisão: o que fazer, como fazer, quando e onde fazer, quem serão os responsáveis, quanto custará cada ação e o tempo de execução e de implementação;
- **Acompanhamento:** Estabelecer indicadores para medir os resultados das ações propostas, mas também permitir certa flexibilidade para poder adaptar seu conteúdo em função da evolução do mercado.



## 6. DAS ATIVIDADES A SEREM DESENVOLVIDAS

O trabalho deverá realizar-se de acordo com as etapas para o alcance do resultado final esperado (Plano de Marketing Estratégico, Plano de Marketing Operacional e Plano de Implementação de ações):

1. Análise e diagnóstico da situação e do mercado potencial;
2. A definição de objetivos e estratégias;
3. Plano de ações e de seus indicadores de acompanhamento;
4. Proposta para a gestão e organização eficiente da ação de marketing a médio e a longo prazo;
5. Plano de Financiamento para assegurar a sustentabilidade da ação de marketing a médio e a longo prazo.

OBS: Ao informar as atividades, é necessário mostrar a relação existente entre a análise e o diagnóstico com as demais atividades a serem desenvolvidas, ou seja, mencionar com base em quais dados obtidos que foram definidas as demais atividades a serem realizadas.

### 6.1. ANÁLISE E DIAGNÓSTICO DA SITUAÇÃO E DO MERCADO POTENCIAL

Deverão ser analisados, no mínimo, os seguintes aspectos:

#### a) **Organização e capacidade institucional para o marketing de destino**

De que forma está organizada a ação de marketing na região e quais são as necessidades de melhoria. Devem-se detectar os problemas e as limitações para uma ação de marketing efetiva principalmente no que tange às dificuldades competitivas e à importância crescente do turismo na economia estadual e nacional.

#### b) **A oferta turística**

Para este item, podem-se utilizar os dados levantados pelo Plano de Desenvolvimento do Turismo Integrado do Turismo Sustentável - PDITS. Caso não seja suficiente, a Empresa deverá realizar um diagnóstico voltado para o plano de marketing que inclua os seguintes aspectos da oferta do destino e de sua comercialização:

- Acesso: distância dos mercados, infraestrutura de transporte (aeroportos, estradas, portos, sinalização) e serviços de transporte de acesso (aéreo, terrestre, aquaviário) e local (táxi, transporte de grupo). No caso do transporte aéreo, deve-se realizar uma análise da capacidade disponível.

- Atrativos naturais e culturais: tipologia, importância, proteção e conservação, gestão de visitantes. Outros produtos potenciais.

- Outros equipamentos, infraestruturas e serviços públicos (segurança, limpeza, telecomunicações, etc).

- Empresas de serviços turísticos: Alojamento, gastronomia, oferta de atividades de lazer, artesanato, guias de turismo, operadores de receptivo, etc.

- Comercialização: estruturação de produto, adaptação ao mercado, canais comerciais, instrumentos de promoção, etc.

- Recursos Humanos: informar a adequação existente no que tange às necessidades da indústria e às exigências do mercado.

- Organizações setoriais: estrutura, profissionalização e contribuição para a melhora da ação de marketing.

Parte dessa informação pode ser encontrada no PDITS, mas solicita-se a revisão da mesma, a partir de uma ótica de marketing integrando as conclusões em um diagnóstico.

**c) A demanda turística atual**

Para suprir este item, a empresa poderá utilizar os dados levantados pelo PDITS e, caso não seja suficiente, poderá recorrer ao órgão oficial de turismo do Estado e solicitar os dados disponíveis. A empresa poderá também, aplicar pesquisas in loco.

As pesquisas servirão para identificar e analisar o perfil e hábitos de compra e consumo da demanda atual, diferenciando entre os turistas nacionais e internacionais, incluindo, no mínimo, os seguintes aspectos:

- Mercados de origem;



- Motivo da viagem;
- Perfil sociodemográfico;
- Perfil socioeconômico;
- Hábitos de compra e consumo: motivação, tempo de permanência, época de viagem, gasto médio, tipo de reserva, meio de transporte, tipo de alojamento, atividades realizadas, etc.;
- Grau de satisfação e intenção de retornar;

A empresa contratada deverá aplicar pesquisas, conforme modelo da EMBRATUR para comercialização, para obter informações para os itens acima. Em caso de sub contratar esses serviços, parcial ou totalmente, deve-se especificar o nome da empresa ou organização que realizará o trabalho.

**d) Demanda turística potencial**

Um dos objetivos do estudo do mercado turístico brasileiro é obter uma estimativa do mercado potencial para a área turística a ser analisada. Deve-se identificar e definir o público-alvo, informando o seu perfil (regionais, nacionais ou internacionais; classe social; faixa etária; outros). Os seguintes fatores também devem ser analisados:

1. A influência dos seguintes itens na escolha do local a ser visitado: preço, imagem, mídia, atrativos, distância, infraestrutura, meios de hospedagem e de transporte;
2. As épocas do ano em que a probabilidade de realizar viagens é maior, se há possibilidade de viajar em outros períodos e, no caso de resposta afirmativa, o que atrairia o possível visitante;
3. Os fatores que contribuem ou não para um maior tempo de permanência e para o retorno ao local visitado.

Essa análise se baseará em:



1. Pesquisa primária qualitativa: Serão realizadas entrevistas com operadores de viagens do mercado brasileiro com o objetivo de identificar as características do mercado potencial, os requerimentos do produto e da ação comercial.

2. Fontes secundárias: PDITS, FIPE, FGV, MTur e outras fontes municipal, Estadual ou da Iniciativa privada.

Quanto ao **mercado internacional**, buscam-se dados e análises no que se refere a:

1. Volume, perfil e comportamento de compra a destinos de longa distância;
2. O interesse do mercado pelo destino Brasil e as Áreas Turísticas Prioritárias em particular;
3. Os possíveis fatores que impedem ou estimulam a visita ao Brasil;
4. Os requisitos exigidos por cada mercado/segmento e os aspectos dos produtos que precisam ser melhorados para se tornarem mais competitivos.

Esses dados deverão ser obtidos essencialmente por meio do estudo de mercado realizado a nível Federal e por outras fontes primárias a partir da realização de entrevistas com tour operadores (nos mercados emissores e os principais receptivos no Brasil), linhas aéreas e meios de hospedagem.

A pesquisa aos tours operadores deverá incluir não apenas aqueles que estão vendendo Brasil e as Áreas Turísticas Prioritárias em particular, como também aqueles que oferecem um produto similar e que, todavia, não incluem a zona em seus programas. O objetivo principal é averiguar por que não estão oferecendo o destino, se em algum momento considerarão integrá-lo em seus programas e, se a resposta for negativa, quais ações podem vir a incentivá-los a colocar o destino como um de seus produtos.

Quanto aos mercados geográficos já apresentados na área turística selecionada, deverão especificar aqueles que são prioritários, nos quais se devem concentrar os estudos a nível Regional e de Longa Distância, através de pesquisa das linhas aéreas e terrestres.



Quanto às linhas aéreas, brasileiras e/ou internacionais, se solicita a realização de entrevistas com os responsáveis das mesmas para conhecer suas intenções e as possibilidades a curto e médio prazo de incrementar a capacidade do transporte aéreo. Também se solicita analisar as políticas de aviação civil e as oportunidades de oferecer “slots” a novas companhias.

Nos meios de hospedagem devem ser realizadas entrevistas para identificar a capacidade de acomodação dos visitantes em épocas de forte demanda (e, se for o caso, as possíveis soluções para sanar o problema); os produtos diferenciais oferecidos; a(s) mídia(s) utilizada(s) para comercialização, as expectativas futuras e outros fatores como taxa de ocupação, permanência média e gastos médios.

As atuações das operadoras de viagens, das linhas aéreas/terrestres/aquaviárias e dos meios de hospedagem no que tange à sazonalidade também devem ser identificadas. Ou seja, deve-se verificar o que fazem ou pensam em fazer para manter o mercado atuante em período de baixa demanda.

Quanto à relação entre o trade, deve-se verificar se há ou não trabalhos conjuntos e, em caso negativo, o que impede e o que pode vir a incentivar a cooperação.

**e) Análise de competidores**

Deve-se realizar uma identificação e análise genérica dos principais competidores nos diferentes mercados geográficos: nacional, países vizinhos e mercado de longa distância, assim como o diagnóstico da posição competitiva do destino em cada um deles.

**f) Análise SWOT**

A partir dos dados anteriores deve-se realizar o diagnóstico dos pontos fortes e fracos, das oportunidades e ameaças para o marketing efetivo do destino. Ou seja, devem-se detectar os impactos positivos e/ou negativos que questões internas e externas causam ou podem vir a causar ao local em estudo.



## 6.2. DEFINIÇÃO DE OBJETIVOS E ESTRATÉGIAS

Serão definidos os objetivos de marketing para um período de no mínimo 5 anos relativos a demanda: volume, mercados emissores, sazonalidade, gastos dos visitantes e outros elementos que se considerem oportunos.

Também se devem definir estratégias do marketing referentes a produto/mercado (segmentos e mercados geográficos), comercialização e estratégia competitiva.

A estratégia de produto deverá definir os produtos/mercados potenciais e apontar os já existentes que necessitam de melhorias. É nesses produtos que as ações de marketing estarão concentradas. Também é relevante identificar os principais competidores e a posição competitiva existente entre eles.

Na definição das demais estratégias levar-se-ão em conta as particularidades dos diferentes produtos e seus respectivos mercados.

A estratégia de comercialização deverá incluir recomendações específicas para otimizar o uso da Internet. No que tange ao website, este deve ser analisado para implementar melhorias não existentes ou mesmo criar um novo website, compatível com o sistema de informações gerencias – SIG, da instituição oficial.

## 6.3. DESENVOLVIMENTO DO PLANO DE AÇÕES E SEUS INDICADORES DE ACOMPANHAMENTO

O Plano de Ações estará baseado nas estratégias previamente estabelecidas, fazendo-se necessário definir ações dirigidas aos diferentes públicos alvos: mercado potencial, canais comerciais, agentes de turismo, formadores de opinião e turistas no destino. O conteúdo do Plano deve conter no mínimo o que segue:

- Esquema geral do Plano com a lista de ações;
- Uma ficha por ação na qual se detalhará:
  - Público existente e público alvo;



- Objetivos;
  - Conteúdo/ Desenvolvimento;
  - Calendário;
  - Custo estimado;
  - Responsável pela execução;
- Calendário consolidado;
- Orçamento consolidado.

Além disso, com o objetivo de facilitar a execução do Plano, agilizar o início das ações e assegurar uma maior eficiência em sua execução deverão ser produzidos:

- Termos de Referência para a realização das ações elegíveis para seu financiamento com recursos do PRODETUR (as ações elegíveis são descritas no Regulamento Operacional);
- Documentos de apoio para a execução de outras ações (tais como workshops, viagens de imprensa, etc) de forma efetiva: recomendações, procedimentos, check-lists, etc.;
- Software especial com uma base de dados dos canais comerciais e prescriptores nos principais mercados emissores;
- Para cada uma das ações propostas é necessário identificar os indicadores de acompanhamento que permitam realizar uma análise da efetividade e sua evolução ao longo do tempo. Quando não for possível a medição direta de resultados devem-se identificar outros parâmetros que permitam realizar uma avaliação indireta dos mesmos;
- Recomendações sobre outras ações que, mesmo ficando fora do marco do Plano de Marketing, tenham sido identificadas como necessárias para melhorar a posição competitiva do destino.

#### **6.4. GESTÃO E COORDENAÇÃO DA AÇÃO DE MARKETING**

A Área Turística de Fortaleza, objeto desse estudo, dispõe de Conselho de Turismo e de órgãos executivos na área. Apesar disso, será necessário encontrar uma solução que



assegure a gestão do marketing de maneira efetiva a médio e longo prazo. Portanto, o Plano de Marketing Turístico deverá incluir, no mínimo, a definição de:

- Enfoque requerido para gerir e coordenar uma ação de marketing eficiente da área em seu conjunto;
- Identificar equipes e tecnologias necessárias para uma ação de marketing efetiva;
- Definição dos principais processos para realizar o planejamento e o acompanhamento da ação de marketing;
- Proposta de melhoria dos processos para relacionar-se com outros entes de promoção a nível estadual e federal (EMBRATUR, MTur), assim como com o setor.

## 6.5. PLANO DE FINANCIAMENTO

Para assegurar a viabilidade da ação de marketing solicita-se a definição de um mecanismo de financiamento eficaz que assegure os fundos necessários a curto, médio e longo prazo. A proposta deverá ser realista e os diferentes atores terem entrado em consenso em relação a ela.

## 7. RESULTADOS ESPERADOS

**Um Plano de Marketing Estratégico** que inclua a análise e o diagnóstico da situação, os objetivos de marketing, as estratégias de produto, mercados geográficos, posicionamento, comercialização e competitividade, tendo como base Plano Nacional de Turismo 2013-2016, aprovado pelo Decreto nº 7.994/2013. O PNT prevê a realização de estudos e pesquisas que vise um maior conhecimento sobre o turismo, o mercado e o território; a estruturação dos destinos; o fomento, a regulação e a qualificação dos serviços turísticos; a promoção dos produtos turísticos; o estímulo ao desenvolvimento sustentável da atividade; o fortalecimento da gestão descentralizada, das parcerias e da participação social; e a melhoria de um ambiente jurídico favorável ao setor.

**Um Plano de Marketing Operacional** que estabeleça ações específicas para cada um dos produtos estratégicos e defina os mercados geográficos em que se deverá atuar em cada caso. O resultado final deverá ser:

- Uma proposta de ações de marketing operacional para cada um dos produtos/mercados estratégicos;



- Planos de ação por mercados emissores: um para cada mercado geográfico;
- Um sistema de acompanhamento dos resultados da ação de marketing;
- Uma base de dados de tour operadores (que programam o destino ou que têm potencial para fazê-lo), de meios de hospedagem (que contribuem ou podem vir a contribuir para a divulgação do destino), de companhias aéreas (que atuam, podem vir a atuar mais ou passarão a atuar no destino) e de prescriptores nos principais mercados emissores;
- Uma proposta acordada e factível de organização da ação de marketing do destino;
- Uma proposta acordada e factível para o financiamento da ação de marketing;

**Um Plano de Implementação de Ações** que inclua as ações consideradas mais eficientes em função do orçamento total estabelecido, incluindo todas as fontes de financiamento.

Os detalhes para a contratação dos serviços elegíveis para serem financiados pelo Programa com recursos do empréstimo deverão ser especificados no Plano de Marketing. O trabalho da empresa de consultoria que elaborar o Plano de Marketing deverá incluir a redação em língua portuguesa dos Termos de Referência para a contratação das ações requeridas, como por exemplo:

- Briefing (informações passadas em uma reunião para o desenvolvimento de um trabalho): para o desenho da marca do destino, especificando o posicionamento e estilo desejado, assim como as aplicações (adaptações da marca aos usos mais comuns) solicitadas;
- Publicações: especificar o objetivo e público objeto de cada publicação, formato, esquema de conteúdo e extensão (número de páginas), tipos de imagens a utilizar, proporção de imagem, texto e idiomas, assim como o sistema de co-financiamento com o setor privado;
- Para o website: especificar no mínimo o público alvo, objetivo, esquema de conteúdo (seções e conteúdo básico das mesmas), breve descrição do conteúdo de

cada página, tipo e suas funcionalidades. Também é relevante indicar se é necessária a utilização de um editor de conteúdos para facilitar a atualização da informação. Os Termos de Referência deverão solicitar a propriedade dos dados por parte do cliente. Adicionalmente, deverá ser solicitado um Plano de Negócios para a manutenção e atualização do website que assegure sua viabilidade incluindo mecanismos de co-financiamento com o setor privado.

## 8. PRAZOS

O prazo para a elaboração do Plano de Marketing será de 12 (doze) meses, contados a partir da data de publicação do contrato. Os produtos intermediários, as formas, os percentuais de pagamento e os respectivos prazos de entrega estão discriminados no Quadro1: **Cronograma Físico-financeiro**.

## 9. PRODUTOS E DO PAGAMENTO

O produto final corresponderá a um Plano de Marketing para a Área Turística de Fortaleza sob a forma de relatório completo, conciso e tecnicamente embasado, em linguagem que permita leitura ágil e de fácil identificação da linha argumentativa que essa foi seguida.

Após o recebimento do produto, a Secretaria Municipal de Turismo de Fortaleza – SETFOR, por meio do gestor do contrato, deverá analisar e emitir parecer técnico.

Os produtos de cada etapa deverão passar obrigatoriamente pela análise da Unidade de Coordenação de Projeto, para sua validação e emissão de parecer do produto, em conformidade com o que preconiza o “Anexo Q” do Regulamento Operacional do PRODETUR Nacional, com prazo de entrega estabelecido de 07 (sete) dias, encaminhados pelo órgão executor/Oex.

O pagamento dos serviços/produtos será efetuado após o recebimento dos mesmos pelo gestor e mediante apresentação da Nota Fiscal/Fatura discriminada, atestada pelo gestor do contrato, cumpridas todas as exigências contratuais acompanhado da Nota de Empenho, das certidões comprobatórias de regularidade da Seguridade Social – INSS, Fundo de

Garantia por Tempo de Serviço – FGTS, Certidão de regularidade fiscal com as Fazendas Federal, Estadual e Municipal da sede da Contratada e Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas.

**Quadro1. Cronograma Físico-Financeiro**

PRODUTOS	DESCRIÇÃO	PRAZOS	EQUIVALENTE	DESEMBOLSO
PRODUTOS			EQUIVALENTE	
<b>Produto 1</b>	Plano de Trabalho (incluindo cronograma Físico Financeiro).	45 dias a partir da data de assinatura do contrato.	45 dias	5%
<b>Produto 2</b>	Análise e Diagnóstico da Situação e do Mercado Potencial;	135 dias a partir da data de assinatura do contrato.	90 dias	40%
<b>Produto 3</b>	Desenvolvimento do Plano de Ações e seus Indicadores de Acompanhamento.	195 dias a partir da data de assinatura do contrato.	60 Dias	10%
<b>Produto 4</b>	Gestão e Coordenação da Ação de Marketing;	255 dias a partir da data de assinatura do contrato.	60 Dias	15%
<b>Produto 5</b>	Plano de Marketing Turístico – Versão Preliminar	315 dias a partir da data de assinatura do contrato.	60 Dias	25%

<b>Produto 6</b>	Plano de Marketing Turístico – Versão Final	360 dias a partir da data de assinatura do contrato.	45 Dias	5%
<b>TOTAL</b>		<b>360 Dias</b>		<b>100 %</b>

Todos os produtos **deverão** ser apresentados dentro dos prazos estipulados para aprovação e posterior pagamento por parte da contratante. Ressalta-se que é possibilitado ao Ministério do Turismo o acompanhamento da execução do Plano de Marketing, sendo que o pagamento do último produto fica vinculado à aprovação do Plano pelo Ministério do Turismo.

Os pagamentos encontram-se ainda condicionados à apresentação dos seguintes comprovantes: Documentação relativa à regularidade para com as Fazendas Federal, Estadual e Municipal, Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS) e a Justiça do Trabalho.

## 10. DA FORMA DE APRESENTAÇÃO

Os produtos deverão ser entregues em 04 (quatro) vias impressas e 04 (quatro) vias em meio digital (em Compact Disk – CD) gravados em Word for Windows. Os mapas, desenhos e gráficos deverão ser apresentados de modo adequado para sua perfeita compreensão, em CD-Rom, formatados para ARCINFO, ARCVIEW ou ERDAS e em quatro vias originais.

Deverão ser obedecidas as normas estabelecidas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), com exceção dos mapas, desenhos e gráficos em que poderão ser utilizados outros formatos.

A formatação dos documentos deverá observar as seguintes características:



1. Programa: Word;
2. Fonte: ARIAL;
3. Título principal: ARIAL 11, caixa alta, negrito;
4. Subtítulo: ARIAL 11, caixa alta e baixa, negrito;
5. Texto: ARIAL 11, justificado;
6. Páginas numeradas;
7. Espaçamento simples entre linhas e um espaço entre parágrafos;
8. Numeração dos itens: algarismos arábicos, negrito, separados por ponto (ex.: 1., 1.1., etc.);
9. Tamanho A4 do papel;
10. Margens da página: superior/inferior – 2 cm, esquerda - 3 cm, direita - 2 cm  
cabeçalho/rodapé: 1,6 cm. Sem recuo para indicar parágrafo, começando no início da margem esquerda.

Também deverão ser seguidas as seguintes instruções durante a redação dos produtos:

- Os documentos deverão ser apresentados com o nível de detalhe e linguagem adequados para sua perfeita compreensão;
- As tabelas, quadros, croquis e quaisquer outras instruções deverão estar enumeradas, apresentar legenda e títulos completos e autoexplicativos;
- As siglas deverão ser explicitadas somente na primeira vez em que forem citadas e deverá aparecer uma relação das siglas utilizadas no início do documento;
- As palavras em outros idiomas deverão ser escritas em itálico;
- Os nomes científicos também deverão ser escritos em itálico, sem separação de sílabas, seguidos ou antecidos do nome popular da espécie em letras minúsculas, sem vírgula, sem parênteses, como por exemplo: veado-campeiro *Ozotocerus bezoarticus* ou Cariocar brasileiro *pequi*. Caso se dispuser apenas do gênero, as abreviações sp. e spp. Nunca virão em itálico e sempre serão em minúsculas seguidas de ponto;
- Os nomes populares compostos deverão sempre ter hífen. Nomes populares estarão sempre em minúsculas;



- Os autores e obras citadas deverão ser referidos apenas por iniciais maiúsculas, seguidos por vírgula e data.

OBS: A ordem do modelo do Termo de Referência deve ser seguida.

Após a aprovação técnica, os dados, relatórios, programas, projetos e mapas passam a ser propriedade da SETFOR, a qual respeitará a legislação pertinente aos direitos autorais, podendo ser utilizado pelo contratado, no todo ou em parte, mediante sua autorização.

## 11. QUALIFICAÇÃO DA EQUIPE TÉCNICA

A equipe técnica necessária para a realização dos trabalhos de formulação do Plano de Marketing deverá ser formada por profissionais que possuam o conhecimento na preparação de planos de marketing de destinos turísticos a nível nacional e internacional, na realização de estudos de mercado turístico, na reorganização de entes de promoção de destinos turísticos, em projetos de desenvolvimento em turismo financiados por agências internacionais de cooperação para o desenvolvimento.

A empresa deverá possuir atestado técnico operacional, comprovando que tenha elaborado planos semelhantes, nacional ou internacional, como também os profissionais deverão apresentar o atestado de realização nas suas respectivas áreas. Também deverá demonstrar possuir conhecimento dos principais mercados emissores de turismo na América do Sul, América do Norte ou Europa.

A equipe de trabalho deverá conter no mínimo os seguintes profissionais:

ITEM	DISCRIMINAÇÃO DO PROFISSIONAL
1	<b>Coordenador de Projeto</b> Nível superior, com experiência comprovada de no mínimo 10 anos em gerenciamento de projetos que envolvam a elaboração, acompanhamento e implantação de planos de marketing.



2	<b>Especialista em Marketing</b> Nível superior, com experiência comprovada de no mínimo 5 anos em marketing de destinos turísticos a nível internacional (estratégico, operacional e gestão de entes de promoção) e conhecimento dos mercados emissores (Brasil, Argentina, Paraguai, Estados Unidos, Europa e Ásia). Qualificação e experiência em marketing estratégico e operacional aplicado a destinos turísticos.
3	<b>Especialista em Turismo</b> Nível superior, preferencialmente na área de Turismo ou especialista em turismo com experiência mínima de 5 anos em planejamento e gestão do turismo no setor público ou em organizações relacionadas com a gestão e promoção de destinos turísticos, ou trabalho de consultoria em projetos de desenvolvimento do turismo financiados por organismos multilaterais de crédito.
4	<b>Especialista em Planejamento</b> Nível superior, preferencialmente em marketing estatístico, com experiência comprovada de no mínimo 5 anos em projetos e técnicas de planejamento, preferencialmente na área de marketing e/ou publicidade, com conhecimento das metodologias e normas técnicas específicas aplicadas na execução das ações previstas no Programa para a sua área temática.
5	<b>Especialista em Informática</b> Nível superior, em informática, com experiência comprovada de no mínimo 5 anos em projetos de sistemas, preferencialmente na área de publicidade, com conhecimento das metodologias e normas técnicas específicas aplicadas na execução das ações previstas no Programa para a sua área temática.

6	<b>Especialista em Publicidade</b> Nível superior, em comunicação, com experiência comprovada de no mínimo 5 anos em projetos de publicidade com conhecimento das metodologias e normas técnicas específicas aplicadas na execução das ações previstas no Programa para a sua área temática.
---	---

## 12. DOCUMENTOS DISPONÍVEIS PARA CONSULTA

A empresa contratada poderá ter acesso a informações e documentos disponíveis sobre as especificações aqui mencionadas:

1. Regulamento Operacional - ROP e seus anexos/PRODETUR Nacional;
2. Plano Nacional de Turismo – PNT/Mtur. (2007-2010);
3. Política Nacional de Turismo 2008 /Mtur;
4. Planejamento Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Estadual – PEDTUR/FUNDTUR.
5. Plano Aquarela – Marketing Turístico Internacional do Brasil
6. PDITS de Fortaleza.

## 13. PARTICIPAÇÃO PÚBLICA E VALIDAÇÃO DO PLANO DE MARKETING

Visando garantir a participação pública e a validação do Plano de Marketing, a contratada deverá providenciar a realização de Oficina e Audiência Pública com a participação do contratante, dos órgãos governamentais envolvidos, da Sociedade Civil Organizada, do TRADE turístico e dos representantes de todos os setores econômicos locais ligados aos produtos e serviços, relacionados à atividade turística local e regional.

Para a concretização deste objeto devem ser realizadas 02 (duas) oficinas participativas com os atores citados e 01 (uma) audiência pública, as quais deverão ser amplamente divulgadas. As oficinas participativas e a audiência pública têm como objetivo divulgar os resultados dos trabalhos, abrindo espaço para sugestões por parte dos atores supracitados e validar o Plano. Elas se darão nos seguintes momentos:

- Após a entrega do Produto 2 (Diagnóstico), visando o Plano de Marketing Estratégico e



Operacional;

- Após a entrega do Produto 5 (Versão Preliminar do Plano de Marketing);
- Audiência pública para validação do Plano de Marketing;

Outras oficinas poderão ser incluídas, conforme seja necessário e previamente acordado com a contratada. A versão final do Plano deverá incluir um item contendo os principais resultados do processo de consultas e informar as recomendações e sugestões que foram consideradas ou resolvidas ao longo do processo da sua finalização através de um Resumo Executivo.

Os principais resultados do processo de consultas assim como a indicação sobre as recomendações e sugestões que puderam ser aceitas devem fazer parte do Produto Final. Quando da entrega da versão preliminar aprovada, deverá ser realizada a **Audiência Pública** para validação final do Plano de *Marketing*.



## ANEXO II

### MODELO DE CARTA DE APRESENTAÇÃO DE PROPOSTA TÉCNICA

(PAPEL TIMBRADO DA LICITANTE, contendo endereço, telefone e fax)

Local e data

À Comissão Permanente de Licitação do Município de Fortaleza

Ref.: TOMADA DE PREÇO nº    /SETFOR/2015

Prezados Senhores,

Estando devidamente autorizado a representar e agir em nome de .....(nome do LICITANTE), e tendo visto e compreendido totalmente as informações fornecidas no Edital da TOMADA DE PREÇO nº    /SETFOR/2015, firmo abaixo, apresentando proposta técnica para a CONTRATAÇÃO DE EMPRESA DE CONSULTORIA PARA A ELABORAÇÃO DE PLANO DE MARKETING PARA O POLO TURÍSTICO DE FORTALEZA, TUDO DE ACORDO COM AS ESPECIFICAÇÕES CONTIDAS NOS ANEXOS DO ALUDIDO EDITAL.

1. Esta proposta é feita com o entendimento de que:

- a) O período de validade da mesma é de ..... (.....) dias, contados a partir da data limite para sua apresentação;
- b) O signatário, em nome da (nome da LICITANTE), se responsabiliza perante a SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO DE FORTALEZA – SETFOR pela execução dos serviços/produtos, comprometendo-se a observar rigorosamente as especificações das Normas Técnicas Brasileiras e as recomendações e instruções da SETFOR, e aceita integralmente, sem reservas, as condições estabelecidas no Edital e seus anexos; e



EDITAL Nº 1942/2015  
TOMADA DE PREÇO Nº 008/2015  
PROCESSO ADM. Nº 138051/2014

FL. | 57

c) O prazo de execução total dos serviços é de 12 (doze) meses, iniciados 03 (três) dias úteis após o recebimento da ordem de serviço.

.....  
FIRMA PROPONENTE - CNPJ  
REPRESENTANTE LEGAL - CPF  
(assinatura e carimbo)



EDITAL Nº 1942/2015  
TOMADA DE PREÇO Nº 008/2015  
PROCESSO ADM. Nº 138051/2014

FL. | 58

**ANEXO III**

**MODELO DE PROPOSTA COMERCIAL**

(PAPEL TIMBRADO DA LICITANTE, contendo endereço, telefone e fax)

Local e data

À Comissão Permanente de Licitações de Fortaleza

Ref.: TOMADA DE PREÇO nº            SETFOR/2015.

Prezados Senhores,

Apresentamos a Vossa Senhoria nossa proposta para execução dos serviços objeto do Edital de TOMADA DE PREÇO nº ...../SETFOR/2014, para a CONTRATAÇÃO DE EMPRESA DE CONSULTORIA PARA A ELABORAÇÃO DE PLANO DE MARKETING PARA O POLO TURÍSTICO DE FORTALEZA, TUDO DE ACORDO COM AS ESPECIFICAÇÕES CONTIDAS NO EDITAL, pelo preço global de R\$ ..... (.....), com prazo de execução de .....(.....) meses.

Caso nos seja adjudicado o objeto da presente licitação, nos comprometemos a assinar o Contrato no prazo determinado no documento de convocação, indicando para esse fim o Sr....., carteira de identidade nº..... expedida em ....., órgão expedidor ..... e CPF nº ....., como representante legal desta licitante.

**EDITAL Nº 1942/2015  
TOMADA DE PREÇO Nº 008/2015  
PROCESSO ADM. Nº 138051/2014**

FL. | 59

Informamos que o prazo de validade da nossa proposta é de .....(.....) dias, a contar da data de abertura da licitação.

Por fim, declaramos que estamos de pleno acordo com todas as condições estabelecidas no Edital em referência e seus anexos.

Atenciosamente,

.....  
FIRMA PROPONENTE - CNPJ  
REPRESENTANTE LEGAL - CPF  
(assinatura e carimbo)

EDITAL Nº 1942/2015  
TOMADA DE PREÇO Nº 008/2015  
PROCESSO ADM. Nº 138051/2014

FL. | 60

**ANEXO IV**

**MODELO DE DECLARAÇÃO DE NÃO EMPREGAR MENORES DE IDADE**

(PAPEL TIMBRADO DA LICITANTE, contendo endereço, telefone e fax)

À Comissão Permanente de Licitações de Fortaleza

Ref.: TOMADA DE PREÇO nº                      /SETFOR/20145

**DECLARAÇÃO**

....., inscrita no CNPJ nº ....., por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a) ....., portador (a) da Carteira de Identidade nº ..... e do CPF nº ..... DECLARA, para fins do disposto no inciso V do at. 27 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, acrescida pela Lei nº 9.854, de 27 de outubro de 1999, 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 (                      ).

.....

(data)

.....

FIRMA PROPONENTE - CNPJ  
REPRESENTANTE LEGAL - CPF  
(assinatura e carimbo)

(Observação: em caso afirmativo, assinalar a ressalva acima).



EDITAL Nº 1942/2015  
TOMADA DE PREÇO Nº 008/2015  
PROCESSO ADM. Nº 138051/2014

FL. | 62

**ANEXO VI**

**MODELO DE CURRÍCULO DOS PROFISSIONAIS**

(PAPEL TIMBRADO DA LICITANTE, contendo endereço, telefone e fax)

CARGO/FUNÇÃO PROPOSTO:

Nome do Membro da Equipe:

Profissão:

Data de Nascimento:

Nacionalidade:

Nº de Inscrição no Órgão de Classe:

RG nº:

CPF nº:

Idiomas:

Inglês ( ) Lê , ( ) Fala , ( ) Escreve

Espanhol: ( ) Lê , ( ) Fala , ( ) Escreve

Outros: ....( ) Lê , ( ) Fala , ( ) Escreve

FORMAÇÃO:

Graduação:

Instituição:

Ano de Conclusão:

Pós- Graduação:

Instituição:

Ano de Conclusão:

EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL: (INDICAR POR PERÍODO, DO MAIS RECENTE AO  
MAIS ANTIGO)

Para cada item de experiência elencar:

-Período:

**EDITAL Nº 1942/2015  
TOMADA DE PREÇO Nº 008/2015  
PROCESSO ADM. Nº 138051/2014**

FL. | 63

-Nome da Instituição Contratante do serviço:

-Natureza do Serviço:

-Função:

Declaro que as informações fornecidas em meu Currículo constituem a verdade a respeito de minhas qualificações e experiências.

Local e data

NOME DO PROFISSIONAL

CPF nº

EDITAL Nº 1942/2015  
TOMADA DE PREÇO Nº 008/2015  
PROCESSO ADM. Nº 138051/2014

FL. | 64

**ANEXO VII**

**MODELO DE FICHA DE DADOS DO REPRESENTANTE LEGAL**

(PAPEL TIMBRADO DA LICITANTE, contendo endereço, telefone e fax)  
Dados pessoais do(s) representante(s) e/ou procurador(es) da futura CONTRATADA,  
indicando(s)  
para assinatura do Contrato:

NOME: \_\_\_\_\_

NACIONALIDADE: \_\_\_\_\_

ESTADO CIVIL: \_\_\_\_\_

PROFISSÃO: \_\_\_\_\_

RG: \_\_\_\_\_

CPF: \_\_\_\_\_

DOMICÍLIO: \_\_\_\_\_

CIDADE: \_\_\_\_\_

UF: \_\_\_\_\_

FONE: \_\_\_\_\_

FAX: \_\_\_\_\_

E-MAIL: \_\_\_\_\_

EDITAL Nº 1942/2015  
TOMADA DE PREÇO Nº 008/2015  
PROCESSO ADM. Nº 138051/2014

FL. | 65

**ANEXO VIII – PLANILHA ESTIMATIVA DE CUSTOS**

ITEM	ESPECIFICAÇÃO/DISCRIMINAÇÃO	UNIDADE	QUANTIDADE	PREÇO	PREÇO
				UNITÁRIO	TOTAL
<b>A</b>	<b>EQUIPE TÉCNICA</b>				
<b>1</b>	<b>DE TRABALHO</b>				
1.1	Coordenador de Projetos	hora	950	95,00	90.250,00
1.2	Especialista em Marketing	hora	450	75,00	33.750,00
1.3	Especialista em Turismo	hora	450	75,00	33.750,00
1.4	Especialista em Planejamento	hora	450	75,00	33.750,00
1.5	Especialista em informática	hora	320	55,00	17.600,00
1.6	Especialista em Publicidade	hora	450	75,00	33.750,00
	<b>Subtotal - 1</b>				<b>242.850,00</b>
<b>2</b>	<b>DE TRABALHO AUXILIAR</b>				
2.1	Revisor de texto	hora	120	60,00	7.200,00
2.2	Motorista	diária	45	70,00	3.150,00
	<b>Subtotal - 2</b>				<b>10.350,00</b>
	<b>Subtotal A (1+2)</b>				<b>253.200,00</b>
<b>3</b>	<b>OUTRAS DESPESAS</b>				
3.1	Diárias	diária	45	350,00	15.750,00
3.2	Aluguel de Veículos	diária	45	200,00	9.000,00
3.3	Aluguel de sala	diária	7	120,00	840,00
3.4	Locação de equipamentos de informática	diária	120	65,00	7.800,00
3.5	Serviços Gráficos	impressão	10000	0,30	3.000,00
3.6	Reprodução de material audiovisual	und	4	1.150,00	4.600,00
3.7	Combustível	litros	1.350	2,80	3.780,00
	<b>Subtotal - 3</b>				<b>44.770,00</b>

EDITAL Nº 1942/2015  
TOMADA DE PREÇO Nº 008/2015  
PROCESSO ADM. Nº 138051/2014

FL. | 66

Subtotal A (1=2) + 3				297.970,00
<b>TOTAL GERAL</b>				<b>297.970,00</b>

EDITAL Nº 1942/2015  
TOMADA DE PREÇO Nº 008/2015  
PROCESSO ADM. Nº 138051/2014

FL. | 67

**ANEXO IX – MINUTA DO CONTRATO**

CONTRATO Nº \_\_\_\_ /SETFOR/2015

ORIGINARIO DA TOMADA DE PREÇOS Nº .....SETFOR/2015

PROCESSO Nº: P138051/2014

CONTRATO DE EXECUÇÃO DE SERVIÇO DE  
CONSULTORIA PARA A ELABORAÇÃO DE  
PLANO DE MARKETING PARA O POLO  
TURÍSTICO DE FORTALEZA, QUE  
CELEBRAM ENTRE SI, A SECRETARIA  
MUNICIPAL DE TURISMO DE FORTALEZA –  
SETFOR E.....

CONTRATANTE: SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO DE FORTALEZA –  
SETFOR, com sede na Rua Leonardo Mota, nº 2700, Aldeota, CEP 60.170-176,  
Fortaleza – CE, inscrita no CNPJ sob nº 07.805.447/0001-87, doravante denominada  
CONTRATANTE, neste ato representada por seu Secretário Sr. ....,  
nacionalidade ....., estado civil....., profissão....., inscrito no CPF nº  
..... e RG nº ....., residente e domiciliado na Rua .....,  
nº....., Bairro....., CEP ....., Fortaleza/CE

CONTRATADA: ..... inscrita no CNPJ sob o nº..... com sede  
na Rua ....., nº....., Bairro....., CEP....., na cidade de  
...../.....(Estado), neste ato representada por .....,  
nacionalidade....., estado civil....., profissão....., inscrito no  
CPF nº..... e RG nº, residente e domiciliado na Rua ....., nº.....,  
Bairro, CEP....., Cidade/Estado; tem entre si justa e acordada a celebração  
do presente Contrato, mediante as clausulas e condições seguintes:

### **CLÁUSULA PRIMEIRA – DO FUNDAMENTO**

O presente Contrato tem como fundamento a Lei nº 8.666/93 e suas alterações, a TOMADA DE PREÇOS nº ...../SETFOR/2015 e seus anexos, devidamente homologada, na proposta da CONTRATADA, tudo parte integrante deste termo, independentemente de transcrição.

### **CLÁUSULA SEGUNDA - DO OBJETO**

O Contrato tem por objeto a ELABORAÇÃO DE PLANO DE MARKETING PARA O POLO TURÍSTICO DE FORTALEZA, conforme especificações técnicas dispostas no Termo de Referencia – Anexo I, no Anexo VIII do Edital da Tomada de Preços nº..... e na proposta da contratada, parte integrante deste Contrato.

### **CLÁUSULA TERCEIRA - DO REGIME DE EXECUÇÃO**

O objeto desse contrato será executado em regime de empreitada por preço global.

### **CLAÚSULA QUARTA - DO VALOR CONTRATUAL**

Dá-se a este contrato o preço global de R\$ ..... (.....) constante da proposta de preços da Contratada.

### **CLÁUSULA QUINTA - DOS RECURSOS FINANCEIROS**

As despesas decorrentes da execução do contrato correrão por conta dos recursos da CONTRATANTE e do ORÇAMENTO GERAL DA UNIÃO, através da seguinte Dotação Orçamentária: **23.695.0110.1325.0001**, Elemento de Despesa: **4490.39**, Fontes: **5100 e 5181**.

### **CLÁUSULA SEXTA - DO PRAZO DE EXECUÇÃO**

O prazo para execução do objeto deste contrato é de 365 (trezentos e sessenta e cinco dias), contados a partir da emissão da Ordem de Serviço, limitado ao prazo de vigência do contrato.

### **CLÁUSULA SÉTIMA – DO PRAZO DE VIGÊNCIA**

O prazo de vigência do presente Instrumento é de 12 (doze) meses, contados a partir da data publicação do mesmo no DOM.

### **CLÁUSULA OITAVA - DA GARANTIA CONTRATUAL**

8.1. A Contratada prestará garantia de execução correspondente a 2% do valor global deste contrato, em uma das seguintes modalidades:

a) Caução em dinheiro ou em títulos da dívida pública, devendo estes ter sido emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de

liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda

b) Fiança bancária: a licitante entregará o documento original fornecido pela Instituição que a concede, no qual constará:

1. BENEFICIÁRIO: .....

2. OBJETO: Garantia contratual referente a .....

3. VALOR: R\$.....

4. PRAZO DE VALIDADE.....

5. Que a liberação será feita mediante a devolução pelo ..... do documento original ou, automaticamente, após o prazo de validade da carta;

c) Seguro-garantia: a apólice deverá ser emitida em favor da Contratante.

8.2. Na garantia para a execução do Contrato deverá estar expresso seu prazo de validade superior a 90 (noventa) dias do prazo contratual.

8.3. O Contratante reserva-se o direito de, a qualquer tempo, exigir a substituição da garantia, nos casos de falência ou recuperação judicial do prestador ou de alienação de bens que possa comprometer a sua solvência, bem como a substituição do prestador de fiança, nos casos de falência ou recuperação judicial do prestador ou de alienação de bens que comprometam a solvência do fiador.

8.4. A liberação da garantia será feita 90 (noventa) dias após a emissão do Termo de Recebimento Definitivo e, quando tiver sido constituída em dinheiro, o seu valor original será corrigido pela variação do IGPM, entre a data da sua devolução e a data do depósito.

8.5. Na ocorrência de acréscimo contratual de valor deverá ser prestada garantia proporcional ao valor acrescido, nas mesmas condições estabelecidas no subitem 8.1.

#### **CLÁUSULA NONA – DA EXECUÇÃO DO PRODUTO/SERVIÇO**

9.1. Cada produto/serviço será executado e entregue na forma e prazo previstos no Termo de Referência, Anexo I do Edital da Tomada de Preços nº XXXX, acompanhado pelo técnico responsável da SETFOR, e estará sujeito à aceitação do Contratante, que o rejeitará ou o aceitará definitivamente mediante emissão do Termo de Recebimento.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA – DO PAGAMENTO**

10.1. O pagamento dos serviços/produtos será efetuado após o recebimento dos mesmos pelo gestor e mediante apresentação da Nota Fiscal/Fatura discriminada,

EDITAL Nº 1942/2015  
TOMADA DE PREÇO Nº 008/2015  
PROCESSO ADM. Nº 138051/2014

FL. | 70

atestada pelo gestor do contrato, cumpridas todas as exigências contratuais acompanhado da Nota de Empenho, das certidões comprobatórias de regularidade da Seguridade Social – INSS, Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS, Certidão de regularidade fiscal com as Fazendas Federal, Estadual e Municipal da sede da Contratada e Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas.

10.2. Para que o pagamento ocorra no prazo de até 30 dias após o atesto dos serviços/produtos, a Nota Fiscal/Fatura e demais documentos, deverão ser entregues até o 5º dia útil após o recebimento definitivo do mesmo.

10.3. A Nota Fiscal/Fatura que apresentar erro na sua emissão será devolvida à Contratada para fins de correção ou substituição, implicando em prorrogação automática do seu vencimento, até a completa regularização, sem ônus adicionais para a SETFOR.

10.4. A Contratante, no ato do pagamento, fará a retenção do ISS, incidente sobre o valor da Nota Fiscal/Fatura, quando for o caso, responsabilizando-se pelo recolhimento à SEFIN dos valores efetivamente retidos.

10.5. Nos casos de serviços acrescidos ou realizados antecipadamente mediante prévia autorização do Contratante, os pagamentos respectivos serão feitos de acordo com o disposto no item 10.1. desta cláusula.

10.6. O atraso na apresentação da documentação referida no item 10.1. desta cláusula não acarretará a correção monetária do pagamento.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DO REAJUSTE E DA REVISÃO DE PREÇOS**

11.1. O contrato sofrerá reajuste somente após decorridos 12 (doze) meses contados a partir da data de apresentação da proposta de preços da Contratada, obedecendo à legislação federal em vigor e aplicando-se o INPC - Índice Nacional de Preços ao Consumidor do IBGE.

11.2. Haverá revisão de preços na hipótese de fatos imprevisíveis ou previsíveis, porém de consequências incalculáveis durante a gestão contratual, bem como ocorra majoração legal de preços, devendo a contratada se manifestar e, comprovadamente, demonstrar o desequilíbrio econômico - financeiro do Contrato, cabendo ao Contratante, justificadamente, aceitar ou não.

## **CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DOS ACRÉSCIMOS E /OU SUPRESSÕES**

12.1. À Contratante cabe o direito de promover acréscimos ou supressões que se fizerem necessários no objeto contratado, até o limite correspondente a 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial deste Contrato, mantidas todas as demais condições.

## **CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DO RECEBIMENTO DO OBJETO DO CONTRATO.**

13.1. Ao término do serviço e a requerimento da Contratada, dar-se-á o recebimento provisório do mesmo, que se tornará definitivo após a aprovação e atesto do gestor do contrato. Se for constatada a existência de qualquer defeito na execução, a Contratada se obrigará a promover sua reparação no prazo máximo de 30 dias a contar da notificação.

## **CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

14.1. São obrigações da Contratada:

- a) Executar os serviços pelos valores estipulados neste Contrato e na proposta apresentada na licitação e entregá-los totalmente concluídos, de acordo com o Termo de Referência e observadas todas as normas do edital e deste instrumento.
- b) Manter escritório em Fortaleza, com toda infraestrutura para a perfeita execução dos serviços, contendo no mínimo: telefone, computadores e impressoras.
- c) Responder pelos danos causados diretamente ao Contratante ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo na execução do Contrato, não excluindo ou reduzindo essa responsabilidade à fiscalização ou ao acompanhamento pelo Contratante.
- d) Responder durante o prazo de 90 dias após a execução dos serviços, pelas faltas ou reparos, desde que a fiscalização do Contratante comprove que danos ocorridos tenham resultado de execução imperfeita ou inadequada às especificações de origem.
- e) A subcontratação parcial só será permitida mediante prévia autorização por escrito do titular do órgão/ Contratante;
- f) Executar o serviço através de pessoas idôneas, assumindo total responsabilidade por quaisquer danos ou falta que venham a cometer no desempenho de suas funções, podendo a SETFOR solicitar a substituição daqueles cuja conduta seja julgada inconveniente;
- g) Substituir os profissionais nos casos de impedimentos fortuitos, de maneira que não prejudiquem o bom andamento e a boa prestação dos serviços;

**EDITAL Nº 1942/2015  
TOMADA DE PREÇO Nº 008/2015  
PROCESSO ADM. Nº 138051/2014**

FL. | 72

- h) Facilitar a ação da Fiscalização na inspeção do serviço, prestando, prontamente, os esclarecimentos que forem solicitados pela Contratante;
- i) Responder perante a Contratante, mesmo no 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, quer 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 das normas emanadas das autoridades competentes e das disposições legais vigentes;
- j) Responder, perante as leis vigentes, pelo sigilo dos documentos manuseados, sendo que a Contratada não deverá, mesmo após o término do Contrato, sem consentimento prévio por escrito da Contratante, fazer uso de quaisquer documentos ou informações especificadas na alínea anterior, a não ser para fins de execução do Contrato;
- k) Pagar seus empregados no prazo previsto em lei, sendo também de sua responsabilidade o pagamento de todos os tributos que, direta ou indiretamente, incidam sobre a prestação dos serviços contratados inclusive as contribuições previdenciárias fiscais e parafiscais, FGTS, PIS, emolumentos, seguros de acidentes de trabalho, frete, etc, ficando excluída qualquer solidariedade da Contratante por eventuais autuações administrativas e/ou judiciais uma vez que a inadimplência da Contratada com referência às suas obrigações não se transfere a Contratante;
- l) Disponibilizar, a qualquer tempo, toda documentação referente ao pagamento dos tributos, seguros, encargos sociais, trabalhistas e previdenciários relacionados com o objeto do Contrato;
- m) Responder, pecuniariamente, por todos os danos e/ou prejuízos que forem causados à União, Estado, Município ou a terceiros, decorrentes da prestação do serviço;
- n) Respeitar as normas de segurança e medicina do trabalho, previstas na Consolidação das Leis do Trabalho e legislação pertinente;
- o) Manter durante toda a execução do serviço em compatibilidade com as obrigações por ele assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

EDITAL Nº 1942/2015  
TOMADA DE PREÇO Nº 008/2015  
PROCESSO ADM. Nº 138051/2014

FL. | 73

p) Fornecer toda e qualquer documentação produzida durante a execução do objeto do Contrato, de forma convencional e em meio digital.

q) Acatar as instruções de natureza técnica e as recomendações emanadas pela Contratante.

r) refazer no prazo de 10 (dez) dias todo serviço recusado pela contratante.

**CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE:**

15.1. Proporcionar à Contratada todas as condições necessárias ao pleno cumprimento das obrigações decorrentes do objeto contratual, consoante estabelece a Lei n.º 8.666/1993 e suas alterações posteriores.

15.2. Fiscalizar a execução do objeto contratual através do setor competente, podendo, em decorrência, solicitar providências da Contratada, que atenderá ou justificará de imediato.

15.3. Notificar a Contratada acerca de qualquer irregularidade decorrente da execução do objeto contratado.

15.4. Efetuar os pagamentos devidos à Contratada nas condições estabelecidas neste Instrumento.

15.5. Aplicar as penalidades previstas em lei e neste instrumento.

**CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DA FISCALIZAÇÃO.**

16.1. A execução do Contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada por representante do Contratante especialmente designado para tal fim, o qual será denominado GESTOR.

16.2. O representante da Contratante anotará em registro próprio todas as ocorrências relacionadas com a execução do Contrato, determinando o que for necessário à regularidade das faltas ou defeitos observados.

16.3. Havendo necessidade de correção de serviços contratados, a Contratada se compromete a corrigi-los e/ ou refazê-los sem ônus para o Contratante, devendo o Contratante proceder à nova fiscalização.

**CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

17.1. O atraso injustificado, o descumprimento, parcial ou total, do objeto deste contrato pela Contratada, bem como de quaisquer das obrigações definidas neste instrumento, acarretará, após regular processo administrativo, com direito à ampla defesa e ao contraditório, a incidência das seguintes sanções:

I. Advertência;

**EDITAL Nº 1942/2015  
TOMADA DE PREÇO Nº 008/2015  
PROCESSO ADM. Nº 138051/2014**

FL. | 74

II. Multa de mora de 0,33% sobre o valor da prestação vencida, por cada dia de atraso, sem prejuízo das demais sanções contratuais e legais estabelecidas;

III. Suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração por prazo não superior a 02 anos;

IV. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição, ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a Contratada ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes, e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base no inciso anterior.

17.2 As sanções previstas nos incisos I, III e IV desta cláusula, poderão ser aplicadas cumulativamente com a do inciso II.

17.3 Da aplicação de multa será a Contratada notificada pelo órgão, para no prazo de 10 (dez) dias, a partir da notificação, recolher a importância correspondente à SETFOR. O pagamento dos serviços executados somente serão efetuados após o adimplemento da multa imposta à Contratada.

17.4 O inadimplemento total das obrigações contratuais assumidas, assim considerado o atraso superior a 90 (noventa) dias, dará à Contratante o direito de rescindir unilateralmente o contrato e de aplicar multa de 5% (cinco por cento) do valor total da contratação.

17.5 As multas poderão ser cobradas de forma individual ou cumulativamente.

17.6 A multa aplicada após regular processo administrativo será descontada da garantia prestada pela Contratada.

17.7 Se a multa for de valor superior ao valor da garantia prestada, além da perda desta, responderá a Contratada pela sua diferença, a qual será descontada dos pagamentos eventualmente devidos pela Administração ou ainda, quando for o caso, cobrada judicialmente.

17.8 As sanções de suspensão e de declaração de inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública Municipal poderão também ser aplicadas à Contratada que, em razão dos Contratos firmados com qualquer órgão da Administração Pública Federal, Estadual e Municipal:

I. tenham sofrido condenação definitiva por praticarem, por meios dolosos, fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;

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

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

17.9 Somente após ressarcir à SETFOR pelos prejuízos causados e após decorrido o prazo da suspensão aplicada, poderá a Contratada solicitar a sua reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a sanção.

17.10 A declaração de inidoneidade é da competência exclusiva do Titular do Executivo.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA - DA RESCISÃO CONTRATUAL**

18.1. Ocorrerá a rescisão do Contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial e sem que caiba à Contratada direito a indenização de qualquer natureza, ocorrendo qualquer dos seguintes casos:

I. Não cumprimento ou cumprimento irregular das cláusulas contratuais, especificações, projetos e prazos, ou da legislação vigente;

II. Lentidão na execução dos serviços, levando a Contratante a presumir pela não conclusão dos mesmos nos prazos estipulados;

III. Cometimento reiterado de erros na execução dos serviços;

IV. Recuperação judicial, falência ou dissolução da firma ou insolvência de seus sócios, gerentes ou diretores;

V. O desatendimento das determinações regulares do gestor do contrato, assim como as de seus superiores;

VI. O cometimento reiterado de faltas na sua execução, conforme previsto no § 1º do art. 67 da Lei nº 8.666/93;

VII. Alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da Contratada, que prejudique a execução do Contrato;

VIII. Razões de interesse público, de alta relevância de amplo conhecimento, justificados e determinados pela Contratante;

IX. A suspensão de sua execução, por ordem escrita da Contratante, por prazo superior a 120 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 à Contratada, nesses casos, o direito de optar pela suspensão do cumprimento das obrigações assumidas até que seja normalizada a situação;

EDITAL Nº 1942/2015  
TOMADA DE PREÇO Nº 008/2015  
PROCESSO ADM. Nº 138051/2014

FL. | 76

X. O atraso superior a 90 dias dos pagamentos devidos pela Contratante, decorrentes de serviços, ou parcelas destes, já recebidos ou executados, salvo em caso de calamidade pública, grave perturbação da ordem interna ou guerra, fica assegurado à Contratada o direito de optar pela suspensão do cumprimento de suas obrigações até que seja normalizada a situação;

XI. A ocorrência de caso fortuito ou de força maior, regularmente comprovada, impositiva da execução do Contrato.

18.2. A rescisão amigável do Contrato, por acordo entre as partes, deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada do titular da Contratante.

18.3. A Contratante, a seu critério, poderá determinar a execução antecipada de serviços, obrigando-se a Contratada a realizá-los.

18.4. A inexecução total ou parcial deste Contrato e a ocorrência de quaisquer dos motivos constantes no art. 78, da Lei Federal nº 8.666/1993 será causa para sua rescisão, na forma do art. 79, com as consequências previstas no art. 80, do mesmo diploma legal.

18.5. Este Contrato poderá ser rescindido a qualquer tempo pela CONTRATANTE, mediante aviso prévio, de no mínimo 30 (trinta) dias, nos casos das rescisões, decorrentes do previsto no inciso XII, do art. 78, da Lei Federal nº 8.666/1993, sem que caiba à CONTRATADA direito à indenização de qualquer espécie.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA NONA - DAS DISPOSIÇÕES FINAIS**

19.1. A Contratante não cederá recursos humanos ou materiais para a realização dos serviços de que trata o presente Contrato, ficando por conta e risco da Contratada todas as despesas inerentes a sua execução.

#### **CLÁUSULA VIGÉSIMA – DOS CASOS FORTUITOS, DE FORÇA MAIOR OU OMISSOS.**

20.1 Tal como prescrito na Lei, a CONTRATANTE e a CONTRATADA não serão responsabilizadas por fatos comprovadamente decorrentes de casos fortuitos, de força maior ou omissos, ocorrências eventuais cuja solução se buscará mediante acordo interpartes.

#### **CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA - DO FORO**

Fica eleito o Foro da Comarca de Fortaleza, capital do Estado do Ceará, para dirimir as questões que porventura surgirem durante a execução do presente Contrato.

EDITAL Nº 1942/2015  
TOMADA DE PREÇO Nº 008/2015  
PROCESSO ADM. Nº 138051/2014

FL. | 77

E, por assim terem justo e combinado o Contrato, ambas as partes firmam o presente termo, com duas testemunhas que também o assinam, em 02 (duas) vias de igual teor, que serão distribuídas entre Contratante e Contratada para os efeitos legais.

Fortaleza/CE,            de                                    de 2015.

CONTRATANTE

CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

1.

2 .

EDITAL Nº 1942/2015  
TOMADA DE PREÇO Nº 008/2015  
PROCESSO ADM. Nº 138051/2014

FL. | 78

**ANEXO X**  
**JUSTIFICATIVA DA NÃO PARTICIPAÇÃO DE CONSÓRCIO E**  
**COOPERATIVA**

O Município de Fortaleza vem por meio deste apresentar justificativa acerca da não participação de Empresas enquadradas nas modalidades de Consórcio e Cooperativa no presente procedimento licitatório.

Acerca dos Consórcios este Município informa que a conveniência de admitir a participação dos mesmos em procedimento licitatório é decisão meramente discricionária da Administração, conforme artigo 33 da Lei n.º 8.666/93. Dessa forma, não seria vantajoso para a Administração Pública contratar empresas em regime de consórcio, tendo em vista que estas empresas passariam a ter responsabilidade solidária no que concerne às obrigações trabalhistas e previdenciárias, e isto traria riscos para a contratação, porque tal empresa poderá, de repente, ter os seus valores financeiros bloqueados pela Justiça, para fins de pagamento de dívidas, com graves repercussões para o cumprimento do contrato celebrado com o Município.

Outro aspecto importante na vedação de participação de empresas em regime de consórcio é quanto à expertise técnica, na comprovação de execução de serviços semelhantes aos de maior relevância. A comprovação da qualificação técnica tem como finalidade gerar para a administração a presunção de que se o licitante já executou com sucesso objeto similar, tendo condições para assim fazê-lo novamente. Essa presunção se forma com base na experiência obtida pelo licitante com o exercício dessas atividades pretéritas. A qualificação técnica de determinada empresa não é algo que possa ser emprestado para outra pessoa jurídica, justamente por haver nela um caráter *intuitu personae*, e como tal, resta claro que pertencer ao consórcio não legitima a equivalência entre a experiência dessas empresas. Portanto, permitir que uma empresa, utilize a expertise de outra para adjudicar para si o objeto da presente licitação não é razoável, visto que embora pertencentes ao consórcio, é certo que estas empresas não atuaram de forma conjunta na obtenção desses atestados.

Acerca das Cooperativas destacamos o disposto no Termo de Conciliação Judicial firmado entre a União Federal e o Ministério Público do Trabalho, ocorrido na Ação Civil Pública nº 01082-2002-020-10-00-0, no qual a União Federal se compromete a não mais contratar cooperativas que atuem em atividades como serviços de limpeza, conservação e manutenção de prédios, de equipamentos, de veículos e instalações, dentre outros.

Na mesma linha caminha o entendimento do Tribunal de Contas da União ao autorizar a vedação à participação de cooperativas no certame quando houver subordinação entre os profissionais alocados para a execução dos serviços e a cooperativa (*Acórdão nº 2221/2013 – Plenário, TC 029.289/2009-0, relator Ministro José Múcio Monteiro, 21.8.2013; Acórdão nº 975/2005 – Segunda Câmara; Acórdão nº 1815/2003 – Plenário; Acórdão nº 307/2004 – Plenário que culminaram com a publicação da Súmula nº 281 do TCU*), como é o caso da presente contratação.

Atestamos, por fim, que permitir a participação das mesmas representaria desrespeitar o Princípio Constitucional da Eficiência, previsto no Artigo 37 da Constituição Federal de 1988, considerando que todo e qualquer procedimento referente ao contrato, aos aditivos e pagamentos necessitariam obrigatoriamente da assinatura, e conseqüente anuência, de todos os cooperados dificultando, ou até impossibilitando, a célere execução do objeto pretendido.