



PREFEITURA MUNICIPAL DO NATAL
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO ESTRATÉGICA - SEGELM
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

RECIBO DE RETIRADA DE EDITAL

TOMADA DE PREÇOS Nº. 24. 002/2014 – SEGELM

PROCESSO Nº. : 005870/2014-91

OBJETO: Contratação de empresa para prestação de Serviços de Elaboração do Plano de Marketing da Área Turística do Município de Natal/RN.

Empresa: _____

Pessoa para contato _____

Endereço: _____

Cidade: _____ Estado: _____

Telefone: _____ Fax: _____

E-mail: _____

CNPJ _____

Recebemos da Comissão Permanente de Licitação, cópia da Tomada de Preços acima identificado e respectivos anexos.

Natal, _____ de _____ de 2014.

Carimbo/Assinatura

(Preencher com letra legível e encaminhar digitalizada via e-mail: pregao.segelm@natal.rn.gov.br, para que possamos enviar informações posteriores, caso seja necessário).



EDITAL TOMADA DE PREÇOS

TOMADA DE PREÇOS Nº: **24.002/2014**

PROCESSO Nº. : 005870/2014-91

Ref: Contratação de empresa especializada na prestação dos serviços de elaboração de Plano de Marketing da área turística do Município de Natal/RN.

1- DO PREÂMBULO

1.1 – A SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO ESTRATÉGICA, através da COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO, designada pela **Portaria nº. 0203/2014-GS/SEGELM**, publicada no DOM de 24 de Janeiro de 2014, instalada na sala de Licitações da SEGELM, na Rua, Santo Antônio, 665, 3º andar, sala 309 Cidade Alta – Natal/RN, CEP: 59.025-520, torna público a celebração do presente certame licitatório, solicitado pela **SETURDE através do processo nº 005870/2014-91**, na modalidade **TOMADA DE PREÇOS**, no tipo **MENOR PREÇO GLOBAL**, em regime de empreitada por preços unitários, por aquisição indireta, o qual será processado e julgado em conformidade com a Lei Federal 8.666 da 21.06.93, alterações posteriores e demais normas aplicadas à matéria, inclusive o Decreto Municipal nº 8.802, de 07 de julho de 2009.

1.2 - Para recebimento dos envelopes **"DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO"** e **"PROPOSTA FINANCEIRA"**, fica determinado o **DIA 18 / 08 / 0000, ÀS 09:30 HORAS**, devendo ser entregues no endereço acima mencionado.

2 - DO OBJETO

2.1 - A presente Tomada de Preços tem por objeto a Contratação de empresa especializada na prestação dos serviços de elaboração de Plano de Marketing da área turística do Município de Natal/RN, conforme especificações constantes no Anexo-I deste Edital, ao qual se vincula a este procedimento.

2.2 - Constituem-se anexos deste edital:

- a) ANEXO I – TERMO DE REFERENCIA, PLANILHAS DE ORÇAMENTOS BÁSICOS, CRONOGRAMA FÍSICO-FINANCEIRO
- b) ANEXO II – MINUTA DO CONTRATO
- c) ANEXO III - DECLARAÇÃO DE ATENDIMENTO AO DISPOSTO NO INCISO XXXIII do art. 7º da Constituição Federal de 1988.

3 – DOS RECURSOS FINANCEIROS

3.1 As despesas com a execução dos serviços objeto desta licitação serão custeadas com recursos oriundos das seguintes dotações orçamentárias:

Projeto/Atividade: 23.695.062.1-634 – Programa de Desenvolvimento do Turismo – Prodetur Nacional Natal

Elemento de Despesa: 3.3.90.39 – Outros serviços de terceiros – Pessoa Jurídica

Fonte: 111 e 181

Anexo: IV

3.2 - **Orçamento básico: R\$ 278.106,00 (duzentos e setenta e oito mil cento e seis reais)**, o qual não poderá ser ultrapassado, sob pena de desclassificação da proposta.

4 - DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

4.1. Face o prescrito no §2 do artigo 22, da Lei nº 8.666/93, somente participarão desta Tomada de Preços os interessados que estejam devidamente registrados, regularmente, no Cadastro de Fornecedores da SEGELM

4.2. Estão impedidas de participar da presente Licitação:

- a) Empresas declaradas inidôneas ou suspensas de licitar e/ou contratar, no âmbito do Órgão e/ou da Administração Pública Municipal, conforme o art. 87, III e IV da Lei nº 8.666/93, com as modificações introduzidas pela Lei nº 8.883/94;
- b) Empresas entre cujos dirigentes, diretores, sócios, responsáveis ou empregados, haja algum dirigente ou servidor da Prefeitura Municipal do Natal;
- c) Empresas, isoladas ou em consórcio, responsáveis pela elaboração do projeto básico ou executivo ou da qual o autor do projeto seja dirigente, gerente, acionista ou detentor de mais de 5% (cinco por cento) do capital com direito a voto ou controlador, responsável técnico ou subcontratado.
- d) Duas ou mais empresas, com participação societária entre si e empresas do mesmo grupo econômico de direito e de fato.

4.3. As Microempresas e Empresas de Pequeno Porte terão tratamento diferenciado previsto na Lei Complementar 123/2006. , desde que apresentem os seguintes documentos:



4.3.1. A condição de Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte será comprovada mediante apresentação da seguinte documentação:

- a) comprovante de inscrição e situação cadastral no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ;
- b) cópia do contrato social e suas alterações; e
- c) declaração, firmada pelo representante legal da empresa, de não haver nenhum dos impedimentos previstos

nos incisos do § 4º do Artigo 3º da LC 123/06.

5 - DA FORMA DE PREENCHIMENTO EXTERNO DOS ENVELOPES

- Os envelopes deverão ser preenchidos da seguinte forma:

a) Envelope nº 01 – Documentos de Habilitação

Firma ou razão social e endereço completo do licitante

Destinatário:

A.T: COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Tomada de Preços Nº.:24.000/2014

Objeto da Licitação:

b) Envelope nº 02 – Proposta Financeira

Firma ou razão social e endereço completo do licitante

Destinatário:

A.T: COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Tomada de Preços Nº.:24.000/2014

Objeto da Licitação:

6 – DO ENVELOPE Nº 01 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

6.1 - O envelope da nº 01 – Documentos de Habilitação deverá ser apresentado de forma inviolável, fechado, colado, e rubricado, com os documentos exigidos no subitem 4.3 (quando couber), 6.1.1 à 6.1.7 em cópia autenticada por cartório competente ou conferida por servidos da Administração, devendo neste caso, o licitante, apresentar os originais durante a sessão, para a devida conferência, constando:

6.1.1- Da Habilitação Jurídica

6.1.1.1. Credenciamento ou Procuração do Responsável legal do licitante, com a apresentação da Carteira de Identidade ou documento equivalente do mesmo.

6.1.1.2. Certificado de registro Cadastral - CRC, válido, fornecido pela Comissão de Cadastramento da SEGELM,

6.1.1.3 Decreto de Autorização e Ato de Registro ou autorização para funcionamento, expedido pelo Órgão competente, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeiras em funcionamento no País, quando o exercício de sua atividade assim o exigir, com a devida representação;

6.1.1.4 A não apresentação ou incorreção do documento de credenciamento de que trata o item 6.1.1.1, não inabilitará a licitante, mas impedirá o seu representante de se manifestar e responder pela empresa, salvo as vias recursais.

6.1.2 - Da Regularidade Fiscal

6.1.2.1. Certificado de Regularização do FGTS, fornecido pela Caixa Econômica Federal, por força do art. 27, alínea “a” da Lei nº 8.036, de 11.05.90.

6.1.2.2 Certidão Negativa de Débitos relativos a contribuições previdenciárias - CND, fornecida pela Receita Federal;

6.1.2.3. Prova de Regularidade para com a Fazenda Municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente na forma da Lei. (Certidão Negativa de Débitos Municipal e quando houver Certidão Quanto à Dívida do Município).

6.1.2.4. Prova de Regularidade para com a Fazenda Estadual do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente na forma da Lei. (Certidão Negativa de Débitos Estadual acompanhada da Certidão Quanto à Dívida do Estado).

6.1.2.5. Prova de Regularidade para com a Fazenda Federal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente na forma da Lei. (Certidão Negativa de Débitos de Tributos e Contribuições Federal acompanhada da Certidão Quanto à Dívida da União).

6.1.2.6. Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT, criada pela Lei 12.440, de 07.07.2011.

6.1.2.7. As certidões ou informações obtidas por meio eletrônico só terão validade após confirmadas pelo Órgão licitante, nos termos do art. 32, § 2º da lei licitatória e demais regulamentos.

6.1.2.8. Ocorrendo dificuldade de acesso por meio eletrônico, a licitação prosseguirá na fase de Habilitação, decidida esta, quando efetiva a comprovação da autenticidade do documento pelo sistema.

6.1.2.9. As microempresas e empresas de pequeno porte, por ocasião da participação em certames licitatórios, deverão apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação de regularidade fiscal, mesmo que esta apresente alguma restrição.

6.1.2.10. *Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal, será assegurado, as mesmas, o prazo de 2 (dois) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado o vencedor do certame, prorrogáveis por igual período, a critério da Administração Pública, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa.*

6.1.2.11 *A não-regularização da documentação, no prazo previsto no subitem 6.1.2.9., implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no art. 81 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, sendo facultado à Administração convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, ou revogar a licitação.*

6.1.3. – Da Qualificação Econômica Financeira

6.1.3.1 Balanço patrimonial de demonstrações Contábeis do último exercício social (2012), já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizado por índices oficiais quando encerrados há mais de 3 (três) meses da data de apresentação da proposta;

6.1.3.2 Comprovação de capital social ou patrimônio líquida no valor de 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação, referido no item 3.2, desta Tomada de Preços.

6.1.3.3 Certidão Negativa de Falência ou Concordata expedida pelo (s) distribuidor (es) judicial (ais) da sede da pessoa jurídica, emitida nos últimos 90 (noventa) dias, anteriores a data da abertura do certame;

6.1.4 - Qualificação Técnica

6.1.4.1 Declaração expressa do responsável pela empresa de que a mesma não está impedida de participar de licitações promovidas pela Prefeitura Municipal do Natal/RN, de não ser declarada inidônea para licitar e contratar com a Administração Pública e que está ciente da obrigação de declarar o fato superveniente, em cumprimento às disposições legais nos termos do parágrafo 2º, art. 32 da Lei nº 8666/93;

6.1.4.2 Tomou conhecimento de todas as informações, e que se submete integralmente às condições estabelecidas no Edital e na Lei 8666/93 em sua atual redação, assim como na legislação complementar pertinente, para fiel cumprimento das obrigações objeto desta licitação;

6.1.4.3 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 e Europa;

6.1.4.4 A equipe de trabalho deverá conter os profissionais constantes no Termo de Referência.

6.1.5 - Da Regularidade Ambiental

6.1.5.1 Certidão Negativa de Débito Ambiental - CNDA, fornecido pela Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Urbanismo - SEMURB, para as empresas sediadas em Natal (Lei Promulgada nº 120/95).

6.1.6. - Do cumprimento do art. 7º da Constituição Federal

6.1.5.1- Declaração de que a proponente não possui em seu quadro de pessoal empregado menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e de 16 (dezesesseis) anos em qualquer trabalho salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (catorze) anos, nos termos do inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal de 1988.

6.2 - As Certidões exigidas nesta Tomada de Preços, que não apresentarem expressamente o prazo de validade não serão aceitos, sendo aceitos unicamente aqueles cuja emissão tenha sido efetuada até 90 (noventa) dias anteriores à data designada para abertura do certame;

6.3 - Em nenhuma hipótese será concedido prazo para apresentação de "Documentos de Habilitação" exigidos nesta Tomada de Preços, e não trazidos à reunião destinada à habilitação, no respectivo envelope, salvo na hipótese constante do art. 48, § 3º da Lei nº 8.666/93 ou no caso da micro e pequena empresa nos termos da Lei Complementar nº 123/2006;

6.4 - Não havendo inabilitadas ou se todas as empresas habilitadas manifestarem expressamente desistência de interpor recurso, tal intenção será consignada em Termo de Renúncia ou Ata a ser lavrada, assinada por todos os licitantes presentes, ou após o julgamento dos recursos interpostos, proceder-se-á a imediata abertura das Propostas, sendo estas rubricadas, folha por folha, por todas as licitantes, na presença da Comissão, que as autenticará com suas rubricas;

6.5 –As ilegalidades e ou ilicitudes cometidas pelos os licitantes, quando detectadas pela comissão, serão encaminhadas a **Assessoria Jurídica / SEGELM** para as providências;

6.6 – Do resultado do julgamento da habilitação caberá recurso, nos termos do art. 109, inciso I da Lei nº 8.666/93 com as alterações introduzidas pelas Leis nº 8.883/94 e 9.648/97.

7 - DO ENVELOPE Nº 02 "PROPOSTA FINANCEIRA"



7.1 - O envelope nº 02 - **“Proposta Financeira”**, será apresentado de forma inviolável, fechado, colado e rubricado devendo conter a proposta financeira, datilografada ou equivalente, em 02 (duas) vias, redigida em idioma nacional, de forma clara e detalhada, isenta de emendas ou rasuras, constando:

a) Especificação clara do objeto desta Licitação, de acordo com o estabelecido no Anexo I, desta Tomada de Preços;

b) Preço unitário e total, em moeda corrente.

d) Os preços só poderão conter 02 (dois) dígitos, após a vírgula, relativo aos centavos.

7.2 - Não serão levadas em consideração as propostas apresentadas por telegrama, fax ou internet;

7.3 - A entrega das propostas significará que o proponente estará de acordo com o edital e seus anexos;

7.4 - Poderão a critério da Comissão, serem relevados erros ou omissões formais dos quais não resultarem prejuízos para o julgamento da Proposta ou para a Prefeitura Municipal do Natal;

7.5 - Nos preços cotados deverão estar incluídas todas as despesas necessárias à aquisição dos materiais, tais como: tributos, fretes, encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais e outras despesas de qualquer natureza;

7.6 - Deverá constar na Proposta, data e assinatura do (a) responsável pela Empresa e rubrica em todas as vias. Na omissão, a Comissão autorizará perante os licitantes presentes, a assinatura e rubrica por seu responsável, convalidando a exigência, não acarretando desclassificação;

7.7 - Caso a empresa interessada não queira mandar representante à reunião de abertura, poderá entregar seus envelopes no endereço mencionado no Preâmbulo desta Tomada de Preços.

7.8 - Não é permitida a cotação com exclusão de qualquer um de seus itens;

8 - DO PRAZO DE VALIDADE DA PROPOSTA

O prazo de validade da Proposta será de 60 (sessenta) dias, contados a partir da abertura das propostas de preços.

8.1 - PRAZOS E CONDIÇÕES:

8.1.1 Prazo de Execução:

8.1.1.1 – O prazo estimado para a elaboração do Plano de Marketing será de 360 dias, contados a partir da assinatura do contrato e da emissão da ordem de serviço. Os produtos intermediários, as formas, os percentuais de pagamento e os respectivos prazos de entrega estão descritos no Quadro 1: Cronograma Físico- Financeiro, constante no Termo de Referência, anexo I do edital.

8.1.2-Prazo e Condições para Assinatura do Instrumento Contratual:

8.1.2.1. Decorridos os prazos legais, a CPL afixará no local próprio para as comunicações referentes às licitações, quadro classificatório das propostas, publicando ainda no Diário Oficial do Município.

8.1.2.2. Após o prazo de **05 (cinco)** dias úteis, contados da lavratura do ato de julgamento e classificação das propostas, e conseqüentemente afixação de **“Quadro Classificatório”**, a **SETURDE**, convocará a firma vencedora para, em idêntico prazo, assinar o documento obrigacional correspondente.

8.1.2.3. O licitante vencedor fica obrigado a aceitar nas mesmas condições propostas, acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, conforme estabelece os parágrafos 1.º e 2.º do Artigo 65 da lei 8.666/93 e alterações da lei 8.883/94.

9 - DA ABERTURA DOS ENVELOPES E DO JULGAMENTO

9.1 - Da Abertura dos Envelopes “Documentos de Habilitação”

9.1.1 - No dia, hora e local designados no Preâmbulo deste Instrumento, serão abertos os envelopes contendo a documentação, que será devidamente rubricada pela Comissão e pelos Proponentes. Após o exame da documentação feito pela Comissão Julgadora, esta proclamará os habilitados e, lavrará Ata assinada pelos integrantes da Comissão e representantes dos licitantes presentes;

9.1.2 - Caso haja licitante não habilitado e que venha a apresentar recurso, observar-se-á o prazo do item 16.1 desta Tomada de Preços, ficando suspensa a classificação e julgamento até decisão do recurso;

9.1.3 - Proclamados os habilitados, se todos os licitantes desistirem dos recursos, os quais serão consignados em Termo de Renúncia e Ata, será procedido o julgamento dos preços, o mesmo ocorrendo para as demais fases;

9.1.4 - A inabilitação do licitante e a renúncia de recurso importam preclusão do seu direito de participar das fases subsequentes. Após a fase de habilitação, não caberá desistência da proposta;

9.1.5 - Quando todos forem inabilitados, poderá a Administração fixar o prazo de 08 (oito) dias úteis à apresentação de nova documentação.

9.2 - Da Abertura dos Envelopes “Proposta Financeira”

9.2.1 - Os envelopes “Proposta Financeira” de proponentes habilitados serão abertos a seguir, no mesmo local pela COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO, desde que haja renúncia expressa dos proponentes da interposição de recurso, de que trata o art. 109, inciso I, alínea “a” da Lei Federal nº 8.666/93, a qual será devidamente consignada em

Ata. Caso contrário, a data da abertura será comunicada às proponentes, através de Publicação no Diário Oficial do Município, após julgado os recursos interpostos ou decorrido o prazo de interposição;

9.2.2. - Uma vez abertos os envelopes, as Propostas serão tidas como imutáveis e acabadas, não sendo admitidas quaisquer providências posteriores tendentes a sanar falhas ou omissões que as ofertas apresentarem em relação às exigências e formalidades previstas nesta Tomada de Preços, com exceção do previsto no subitem 7.4 e 9.2.3;

9.2.3 - As Propostas que apresentarem erros de cálculos terão os valores corrigidos automaticamente pela COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO, devendo prevalecer para participação do certame licitatório a Proposta devidamente retificada;

9.2.4 - As Propostas serão examinadas e rubricadas pela Comissão Permanente de Licitação, bem como, pelas proponentes ou seus representantes presentes, e será procedida a leitura dos preços e condições oferecidas;

9.2.5 – Desta fase, será lavrada a Ata circunstanciada a respeito, que deverá ser assinada pelos representantes presentes e pela Comissão Permanente de Licitação, devendo toda e qualquer declaração constar obrigatoriamente da mesma.

9.3 - Dos Critérios para Julgamento

9.3.1 - Da Desclassificação

9.3.1.1 - Serão desclassificadas as propostas que:

a) Não obedecerem às condições estabelecidas na Tomada de Preços e especificações contidas em seu Anexo I;

b) Estipularem faturamento mínimo;

c) Apresentarem preços manifestamente inexequíveis ou excessivos. Poderá a Administração nessa hipótese, solicitar justificativa para avaliação, através de documentação que comprove que os custos de insumos são coerentes com os de mercado.

d) Tenham evidentes erros de impressão de que inviabilizem as propostas;

9.3.1.2 - Se todas as Propostas forem desclassificadas, a Administração poderá fixar aos licitantes o prazo de 08 (oito) dias úteis para apresentação de outra, escoimada das causas que ensejaram a desclassificação;

9.3.1.3 - As cláusulas obrigatórias da Tomada de Preços inadmitem modificação volitiva em suas Propostas pelos licitantes, sendo que estas devem conter apenas o exigido na Tomada de Preços e Anexo I.

9.3.1.4 – Havendo discordância entre preços unitários e os totais resultantes de cada item, prevalecerão os primeiros, sempre que a eles se precisar recorrer. Ocorrendo discordância entre os valores numéricos e por extenso, prevalecerão estes últimos.

9.3.2. Da Classificação

9.3.2.1. As Propostas consideradas aceitáveis serão analisadas pela Comissão, que fará a classificação pelo , orientando-se pelo tipo de licitação de **menor preço global**, e aos requisitos contidos no Anexo I da nesta Tomada de Preços, cujos preços forem compatíveis com os de mercado.

9.3.2.2. Será assegurado, como critério de desempate, preferência de contratação para as microempresas e empresas de pequeno porte.

9.3.2.2.1. Entende-se por empate aquelas situações em que as propostas apresentadas pelas microempresas e empresas de pequeno porte sejam iguais ou até 10% (dez por cento) superiores à proposta mais bem classificada.

9.3.2.3. No caso de empate em duas ou mais propostas proceder-se-á da seguinte forma:

9.3.2.3.1. a microempresa ou empresa de pequeno porte mais bem classificada poderá apresentar proposta de preço inferior àquela considerada vencedora do certame, situação em que será adjudicado em seu favor o objeto licitado;

9.3.2.3.2. não ocorrendo a contratação da microempresa ou empresa de pequeno porte, na forma do subitem 9.3.2.3.1 deste edital, serão convocadas as remanescentes que porventura se enquadrem na hipótese dos itens 9.3.2.2. e 9.3.2.2.1. deste edital, na ordem classificatória, para o exercício do mesmo direito;

9.3.2.3.3. no caso de equivalência dos valores apresentados pelas microempresas e empresas de pequeno porte que se encontrem no intervalo estabelecido no item 9.3.2.2.1. deste edital, será realizado sorteio entre elas para que se identifique aquela que primeiro poderá apresentar melhor oferta.

9.3.2.3.4. Na hipótese da não-contratação nos termos previstos no item 9.3.2.3. e seus subitens, o objeto licitado será adjudicado em favor da proposta originalmente vencedora do certame.

9.3.2.3.5. A microempresa ou empresa de pequeno porte mais bem classificada será convocada, pela Comissão, para apresentar verbalmente nova proposta no prazo máximo de 10 (dez) minutos, sob pena de preclusão, que deverá ser entregue datilografada ou equivalente em papel timbrado da empresa, no prazo máximo de 01 (um) dia útil, contado da comunicação do resultado lavrada em Ata;

9.3.2.4. O disposto item 9.3.2.3. e seus subitens somente se aplicará quando a proposta mais bem classificada não tiver sido apresentada por microempresa ou empresa de pequeno porte e houve microempresa ou empresa de pequeno que se encontrem no intervalo estabelecido no item 9.3.2.2.1. deste edital.

9.3.2.5. Nos demais casos, ocorrendo igualdade de preços entre 02 (duas) ou mais propostas, após obedecido o disposto no § 2º, do Art. 3º da Lei 8.666/93, o critério a ser adotado para o desempate será obrigatoriamente o SORTEIO, para o qual, as empresas que estejam empatadas.

9.4 - Da Adjudicação e Homologação

9.4.1 - A Administração fará a adjudicação a(s) empresa(s) licitante (s) vencedora(s);

9.4.2 - Adjudicado o objeto, a COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO, encaminhará os autos ao Secretário Municipal de Administração e Gestão Estratégica, para fins de deliberação quanto a homologação da licitação.

10 – DA ENTREGA DA NOTA DE EMPENHO

10.1 – O órgão requisitante encaminhará a Nota de Empenho, através de Ofício expedido pela Unidade Setorial de Administração do mesmo, à licitante vencedora do certame;

10.2 – O órgão solicitante do certame licitatório poderá, quando a convocada não aceitar receber a Nota de Empenho, convidar as demais proponentes classificadas, segundo a ordem de classificação, para fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições propostas pela primeira classificada, inclusive de preços, ou revogar a licitação independentemente da cominação do Art. 81 da Lei 8.666/93.

10.3 - A recusa injustificada do adjudicatário em retirar a nota de empenho e ou contrato dentro do prazo estabelecido no item 10.2, caracteriza o descumprimento total da obrigação assumida, ficando sujeita e garantida a prévia defesa, às penalidades estabelecidas nos incisos I, III, e IV do Art. 87 da Lei 8.666/93 e multa de 2% (dois por cento) sobre o valor do ajuste.

11 – DO CONTRATO

11.1 - O contrato, que obedecerá ao disposto neste Edital e nas normas contidas no Capítulo III da Lei nº 8.666/93 e alterações subsequentes, deverá ser assinado pela licitante adjudicatária no prazo de 10 (dez) dias, conforme necessidade do órgão, contados da data de convocação.

11.2 Havendo rescisão do contrato, por culpa da Contratada, a empresa será responsável por perdas e danos, sujeitando-se ainda, a outras penalidades previstas em Lei e neste Edital.

11.3 No ato da assinatura do contrato, a CONTRATADA prestará a garantia no valor equivalente a **5,0%** (cinco por cento) do valor contratado.

11.4- A garantia poderá ser efetuada em qualquer das modalidades previstas em lei vigente ou seja:

- a) Caução em dinheiro ou título da dívida pública;
- b) Seguro-garantia;
- c) Fiança Bancária

11.5 - A garantia prestada pela CONTRATADA será liberada ou restituída após a execução e aceitação do objeto do contrato, ou facultativamente, na proporção de seu cumprimento, sendo lícito CONTRATANTE retê-la até a solução de casos que possam causar prejuízos à administração.

12 - DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

O pagamento será efetuado pelo Órgão requisitante em conta corrente bancária do licitante vencedor, por ele fornecida, mediante a apresentação da Nota Fiscal/Fatura, devidamente atestada pelo Órgão requisitante, o qual observará as especificações exigidas na nesta Tomada de Preços e seus Anexos.

13 - DO ACRÉSCIMO E SUPRESSÃO

O objeto licitado poderá ser aumentado ou reduzido em até 25% (vinte e cinco por cento), nos termos do art.65, § 1º, da Lei nº 8.666/93, salvo exceção prevista no § 2º do art. 65 consoante a redação dada pela Lei nº 9.648 de 27.05.98.

14 - DAS PENALIDADES E MULTAS

10.1 Pela inexecução total ou parcial das condições pactuadas, irregularidades, erros de execução ou qualquer outro inadimplemento contratual, a CONTRATANTE poderá garantido o direito à defesa prévia, e sem prejuízo das sanções previstas nos arts. 86 a 88 da Lei nº 8.666/1993, aplicar à CONTRATADA as seguintes sanções:

I – advertência por escrito;

II – multa de 5% (cinco por cento), calculada sobre o valor total da contratação devidamente atualizado, sem prejuízo da aplicação de outras sanções previstas no art. 87, da Lei nº 8.666/1993, na hipótese de recusa injustificada da licitante vencedora em celebrar o contrato, **no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis**, após regularmente convocada, caracterizando inexecução total das obrigações acordadas;

III – multa de 10% (dez por cento) sobre o valor da Nota Fiscal/Fatura referente ao mês em que for constatado o descumprimento de qualquer obrigação prevista no Termo de Referência ou no termo contratual, ressalvadas aquelas obrigações para as quais tenham sido fixadas penalidades específicas;

IV – multa de 5% (cinco por cento) sobre o valor total estimado do Contrato, nos casos de rescisão contratual por culpa da CONTRATADA.

10.2 A licitante que, convocada no prazo de validade da sua proposta, deixar de entregar, apresentar documentação falsa exigida para o certame, ensejar o retardamento da execução do objeto desta licitação, não mantiver a proposta, falhar ou fraudar na prestação do serviço, comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude fiscal, ficará suspensa temporariamente de participar em licitação e impedida de contratar com a Administração, pelo período de até 02 (dois) anos,

10.3 As sanções de advertência, de impedimento de participar de licitação e de contratar com a Administração poderão ser aplicadas à licitante vencedora juntamente com as multas, podendo ser estas últimas descontadas da Nota Fiscal/Fatura ou de crédito existente na Administração Regional, em favor da CONTRATADA, sendo que, caso o valor da multa seja superior ao crédito existente, também poderá ser utilizada a garantia prestada.

14.7.2 - Declaração de Inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, no caso de inexecução total ou parcial das Cláusulas da presente Tomada de Preços, ou enquanto perdurarem os motivos previstos no subitem 14.7.1, deste Instrumento ou até que seja promovida a reabilitação, perante a Autoridade que aplicou a penalidade.

14.8. Constituem motivo para rescisão do contrato:

- a) O não cumprimento de cláusulas contratuais, especificações, projetos ou prazos;
- b) O cumprimento irregular de cláusulas contratuais, especificações, projetos e prazos;
- c) A lentidão do seu cumprimento, levando a Administração a comprovar a impossibilidade da conclusão da obra, do serviço ou do fornecimento, nos prazos estipulados;
- d) O atraso injustificado no início da obra, serviço ou fornecimento;
- e) A paralisação da obra, do serviço ou do fornecimento, sem justa causa e prévia comunicação à Administração;
- f) A subcontratação total ou parcial do seu objeto, a associação do contratado com outrem, a cessão ou transferência, total ou parcial, bem como a fusão, cisão ou incorporação, não admitidas no edital e no contrato;
- g) O desatendimento das determinações regulares da autoridade designada para acompanhar e fiscalizar a sua execução, assim como as de seus superiores;
- h) O cometimento reiterado de faltas na sua execução, anotadas na forma do § 1º do art. 67 desta Lei;
- i) A decretação de falência ou a instauração de insolvência civil;
- j) A dissolução da sociedade ou o falecimento do contratado;
- k) A alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da empresa, que prejudique a execução do contrato;
- l) Razões de interesse público, de alta relevância e amplo conhecimento, justificadas e determinadas pela máxima autoridade da esfera administrativa a que está subordinado o contratante e exaradas no processo administrativo a que se refere o contrato;
- m) A supressão, por parte da Administração, de obras, serviços ou compras, acarretando modificação do valor inicial do contrato além do limite permitido no § 1º do art. 65 desta Lei;
- n) A suspensão de sua execução, por ordem escrita da Administração, por prazo superior a 120 (cento e vinte) dias, salvo em caso de calamidade pública, grave perturbação da ordem interna ou guerra, ou ainda por repetidas suspensões que totalizem o mesmo prazo, independentemente do pagamento obrigatório de indenizações pelas sucessivas e contratualmente imprevistas desmobilizações e mobilizações e outras previstas, assegurado ao contratado, nesses casos, o direito de optar pela suspensão do cumprimento das obrigações assumidas até que seja normalizada a situação;
- o) O atraso superior a 90 (noventa) dias dos pagamentos devidos pela Administração decorrentes de obras, serviços ou fornecimento, ou parcelas destes, já recebidos ou executados, salvo em caso de calamidade pública, grave perturbação da ordem interna ou guerra, assegurado ao contratado o direito de optar pela suspensão do cumprimento de suas obrigações até que seja normalizada a situação;
- p) A não liberação, por parte da Administração, de área, local ou objeto para execução de obra, serviço ou fornecimento, nos prazos contratuais, bem como das fontes de materiais naturais especificadas no projeto;
- q) A ocorrência de caso fortuito ou de força maior, regularmente comprovada, impeditiva da execução do contrato. Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do processo, assegurado o contraditório e a ampla defesa.
- r) Descumprimento do disposto no inciso V do art. 27, sem prejuízo das sanções penais cabíveis.

14.9. A rescisão do contrato poderá ser:

- a) Determinada por ato unilateral e escrito da Administração, nos casos enumerados no subitem 14.8;
- b) Amigável, por acordo entre as partes, reduzida a termo no processo da licitação, desde que haja conveniência para a Administração;
- c) Judicial, nos termos da legislação;



PREFEITURA MUNICIPAL DO NATAL
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO ESTRATÉGICA - SEGELM
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

14.10 A rescisão administrativa ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.

14.11 Quando a rescisão ocorrer sem que haja culpa do contratado, será este ressarcido dos prejuízos regularmente comprovados que houver sofrido, tendo ainda direito a:

I - devolução de garantia;

II - pagamentos devidos pela execução do contrato até a data da rescisão;

III - pagamento do custo da desmobilização.

14.12. Ocorrendo impedimento, paralisação ou sustação do contrato, o cronograma de execução será prorrogado automaticamente por igual tempo.

14.13 Pela inexecução total ou parcial do contrato a Administração poderá, garantida a prévia defesa, aplicar ao contratado as seguintes sanções:

I - advertência;

II - multa, na forma prevista no instrumento convocatório ou no contrato;

III - suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração, por prazo não superior a 2 (dois) 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 o contratado ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base no inciso anterior.

14.13.1. Se a multa aplicada for superior ao valor da garantia prestada, além da perda desta, responderá o contratado pela sua diferença, que será descontada dos pagamentos eventualmente devidos pela Administração ou cobrada judicialmente.

14.13.2. As sanções previstas nos incisos I, III e IV do subitem 14.13, poderão ser aplicadas juntamente com a do inciso II, facultada a defesa prévia do interessado, no respectivo processo, no prazo de 5 (cinco) dias úteis.

14.13.3. A sanção estabelecida no inciso IV do subitem 14.13 é de competência exclusiva do Ministro de Estado, do Secretário Estadual ou Municipal, conforme o caso, facultada a defesa do interessado no respectivo processo, no prazo de 10 (dez) dias da abertura de vista, podendo a reabilitação ser requerida após 2 (dois) anos de sua aplicação.

15- DOS PRAZOS DE RECURSOS

15.1 - A interposição de recursos obedecerá ao que estabelece o art. 109 da Lei 8.666/93, podendo o licitante inconformado, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, recorrer da decisão da COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO, contados da comunicação da decisão lavrada em Ata, se presente todos os licitantes, ou da publicação no Diário Oficial do Município de Natal.

15.2 - Os recursos interpostos deverão ser dirigidos ao Presidente da Comissão Permanente de Licitação, que poderá reconsiderar sua decisão no prazo de 05 (cinco) dias úteis ou nesse mesmo prazo, fazê-lo subir devidamente informado ao Secretário Municipal de Administração e Gestão Estratégica, onde este decidirá em 05 (cinco) dias úteis, contados do recebimento do recurso, nos termos do Art. 109 da Lei nº 8.666/93, com as modificações da Lei 8.883/94.

15.3 - Se todos os Licitantes desistirem dos recursos, os quais serão consignados em Termo de Renúncia e Ata, deverá à COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO prosseguir na efetivação do procedimento nas fases respectivas;

15.4 - Os recursos relativos a Habilitação ou a Inabilitação, ou ao Julgamento das propostas, terão efeito suspensivo, conforme o art. 109, § 2º da Lei 8.666/93, sendo os mesmos admitidos antes da abertura das fases posteriores à recorrida, sobrestando-se o prazo sempre que ocorrerem fatos que invalidem recursos, defesa, contraditório, etc

15.5 - Decairá do direito de impugnar perante a Administração, os termos da Tomada de Preços, o licitante que tenha aceito sem objeção ou venha apontar depois do julgamento, falhas ou irregularidades que o viciarem, hipótese em que tal comunicação não terá efeito de recurso;

15.6 - Na contagem dos prazos estabelecidos nesta licitação excluir-se-á o dia do começo e incluir-se-á o do vencimento. Se este recair em dia sem expediente normal na Prefeitura Municipal de Natal, o término do prazo ocorrerá no primeiro dia útil subsequente;

15.7 - O Secretário Municipal de Administração e Gestão Estratégica, decorrido os prazos para recursos e decididos os interpostos, homologará ou não a licitação.

16 - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS E FINAIS

16.1 - Quaisquer esclarecimentos adicionais e itens desta Tomada de Preços por ventura duvidosos poderão ser obtidos pelo fone (084) 3232-4985, até 24 (vinte e quatro) horas antes da data marcada à reunião, destinada ao recebimento dos envelopes "Documentos de Habilitação" e "Proposta Financeira".

16.2- Não o fazendo neste prazo, pressupõe-se que os elementos fornecidos são suficientemente claros e precisos para permitir a apreciação das propostas, não cabendo aos licitantes direito a qualquer reclamação posterior.



PREFEITURA MUNICIPAL DO NATAL
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO ESTRATÉGICA - SEGELM
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

16.3- A COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO poderá convocar servidores qualificados do Órgão, para oferecer suporte técnico e/ou jurídico às decisões da Comissão;

16.4 – A Secretaria Municipal de Administração e Gestão Estratégica ou o órgão requisitante do certame licitatório, reserva-se o direito de revogar, anular, suspender ou adiar a presente licitação por razões de interesse público ou por decorrência de fato superveniente comprovado, e anular no todo ou em parte, resguardando-se o direito de defesa no prazo de 02 (dois) dias úteis, consoante prevê a Lei nº. 8.666/93, bem como, transferir a data de abertura, sem que isso caiba à licitante, direito a indenização, seja a que título for;

16.5 - As irregularidade sanáveis que venham a surgir no processo licitatório, só importarão na modificação volitiva do instrumento convocatório quando da ocorrência de recursos e impugnações, que sejam considerados procedentes.

16.6 - As modificações ocorridas nesta Tomada de Preços obedecerão ao disposto no parágrafo 4º, do art. 21, da Lei nº 8.666/93.

16.7 - As cópias desta Tomada de Preços poderão ser obtidas na Secretaria Municipal de Administração e Gestão Estratégica - SEGELM, sito à na Rua, Santo Antônio, 665, 4º andar, sala 401 Cidade Alta – Natal/RN, CEP: 59.025-520, de segunda à sexta feira, no horário de 8h às 14h horas, mediante apresentação de pen drive e do carimbo da Empresa, ou através do site: <http://compras.natal.rn.gov.br/>.

16.8 - Os casos omissos na presente Tomada de Preços serão resolvidos pela COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO, com fundamento nas disposições da legislação em vigor.

16.9 – Fica eleito o foro da Comarca de Natal, para dirimir quaisquer dúvidas oriundas desta Licitação.

Natal, 23 de Julho de 2014.

Maria Izilda Siqueira Fontes
Presidente/CPL
SEGELM



PREFEITURA MUNICIPAL DO NATAL
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO ESTRATÉGICA - SEGELM
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

ANEXO I

Termo de Referência



Proc. nº 5870/2014-91
Folha 21
Visto
Mat. 67670-0



**PREFEITURA MUNICIPAL DO NATAL
SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO
- SETURDE**

**PROGRAMA DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO
PRODETUR NACIONAL**

TERMO DE REFERÊNCIA

**ELABORAÇÃO DE PLANO DE MARKETING DA ÁREA TURÍSTICA DO
MUNICÍPIO DE NATAL/RN**

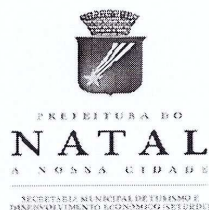
NATAL/RN

Av. Presidente Café Filho, 746 – Praia do Meio – Natal/RN – 59010-000 – Brasil
Tel: (55) 84 3232-9065 – www.natal.rn.gov.br – twitter: @vivernatal – gabinete.seturde@natal.rn.gov.br

1



PREFEITURA MUNICIPAL DO NATAL
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO ESTRATÉGICA - SEGELM
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



ÓRGÃO/SETOR _____
Nº do Processo 005870/2014-91
FL. _____
Rubrica: _____



SUMÁRIO

DISCRIMINAÇÃO	PÁG
1. CONTEXTO	3
2. ÁREA TURÍSTICA SELECIONADA	8
3. MARKETING CONCEITUAÇÃO	13
4. OBJETIVO GERAL	14
4.1 ESPECÍFICOS	15
5. PRINCÍPIOS METODOLÓGICOS	15
6. ATIVIDADES A DESENVOLVER	16
6.1 ANÁLISE E DIAGNÓSTICO DA SITUAÇÃO E DO MERCADO	16
6.2 DEFINIÇÃO DE OBJETIVOS E ESTRATÉGIAS	21
6.3 DESENVOLVIMENTO DO PLANO DE AÇÕES E SEUS INDICADORES DE ACOMPANHAMENTO	21
6.4 GESTÃO E COORDENAÇÃO DA AÇÃO DE MARKETING	23
6.5 PLANO DE FINANCIAMENTO	23
7 RESULTADOS ESPERADOS	24
8. PRAZOS	25
9. PRODUTOS E FORMAS DE PAGAMENTO	25
10. FORMA DE APRESENTAÇÃO	27
11. QUALIFICAÇÃO DA EQUIPE TÉCNICA	29
12. DOCUMENTOS DISPONÍVEIS PARA CONSULTA	30
13. PARTICIPAÇÃO PÚBLICA E VALIDAÇÃO DO PLANO DE MKT	31
14. ESTIMATIVA DE CUSTOS	32
15. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA ORÇAMENTÁRIA PELO LICITANTE	32
ANEXO - QUADRO 01 – MODELO DE PLANILHA DE CUSTOS (PROPOSTA ORÇAMENTÁRIA)	33



PREFEITURA MUNICIPAL DO NATAL
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO ESTRATÉGICA - SEGELM
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



Proc. n° 5840/2014-91
Folha 43
Visto [assinatura]
Mat 67.672-0



1. CONTEXTO

O Programa de Desenvolvimento do Turismo (PRODETUR), 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 ao Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID). O primeiro desses programas foi o PRODETUR NORDESTE, que já se encontra em sua segunda fase. Posteriormente, iniciou-se o PROECOTUR, o qual se encontra em fase de finalização, preparando-se para uma segunda etapa de investimentos sob o nome de PRODETUR NORTE. No Estado de Mato Grosso do Sul foi instituído o PRODETUR-SUL, com o intuito de fomentar a atividade turística dos estados da Região Sul do Brasil, composta pelos estados de SC, RS e PR e MS.

Recentemente, o PRODETUR tomou caráter nacional, passando a se denominar Programa Nacional de Desenvolvimento do Turismo (PRODETUR NACIONAL), englobando os citados programas e estendendo-se a outras regiões brasileiras. Orientados pela Política Nacional de Turismo, espera-se que a execução dos novos programas atenda às especificidades de cada uma das regiões do País. O objetivo principal do PRODETUR NACIONAL é gerar condições que facilitem a consecução das metas do Plano Nacional de Turismo 2007-2010. Seus objetivos específicos são:

1. Contribuir para aumentar a capacidade de competição dos destinos turísticos brasileiros;
2. Consolidar a política turística nacional, por meio de gestão pública descentralizada, participativa e em cooperação com os diferentes níveis da Administração Pública (Federal, Estadual e Municipal).

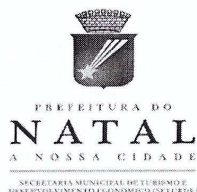
O apoio do BID ao PRODETUR NACIONAL se dá por meio de uma Linha de Crédito condicionado para Investimento (CCLIP). É um instrumento idôneo para avançar rumo a um modelo de desenvolvimento turístico, a partir do qual os investimentos dos governos estaduais e municipais respondam tanto às especificidades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

Av. Presidente Café Filho, 746 – Praia do Meio – Natal/RN – 59010-000 – Brasil
Tel: (55) 84 3232-9065 – www.natal.rn.gov.br – twitter: @vivernatal – gabinete.seturde@natal.rn.gov.br

3



PREFEITURA MUNICIPAL DO NATAL
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO ESTRATÉGICA - SEGELM
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



Proc n° 5870/2014-91
Folha 14
Visto [assinatura]
Mat 67.672-0



Poderão qualificar-se como mutuários os estados, os municípios e as entidades de personalidade jurídica própria que integrem a administração turística pública de âmbito federal, estadual ou municipal. 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, consolidar 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 fortalecer a imagem dos destinos turísticos e a garantir a eficiência e eficácia 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

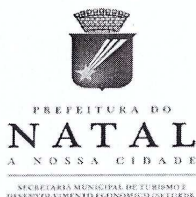
Av. Presidente Café Filho, 746 – Praia do Meio – Natal/RN – 59010-000 – Brasil
Tel: (55) 84 3232-9065 – www.natal.rn.gov.br – twitter: @vivernatal – gabinete.seturde@natal.rn.gov.br

4

[assinatura]



PREFEITURA MUNICIPAL DO NATAL
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO ESTRATÉGICA - SEGELM
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



Proc. n° 5820/2014-91
Folha 45
Visto [assinatura]
Mat 62.672-0



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 em termos 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, está incluída a implantação de 5 sistemas de gestão ambiental, as avaliações ambientais estratégicas, estudos de impacto ambiental, entre outros.

O órgão municipal de turismo de Natal tem personalidade jurídica como Entidade da Administração Direta Municipal. A data de fundação foi 31 de dezembro de 1968 (publicação em Diário Oficial em 04 de janeiro de 1969), através da Lei da Criação nº 1.789/68. A referida Lei criou a Secretaria Municipal de Turismo e Certames, extinguiu o Departamento de Turismo e Certames e deu outras providências. Após essa data o órgão passou por diversas alterações, conforme reformas administrativas realizadas pelo poder público municipal.

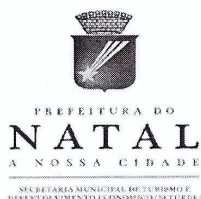
Em 2009, na última reforma administrativa realizada pela Prefeitura Municipal de Natal, através da Lei Complementar nº 108, de 24 de junho de 2009, que dispõe sobre a Organização Administrativa da Estrutura de Órgãos da Prefeitura Municipal da Cidade do Natal e dá outras providências, foi instituída a Secretaria Municipal de Turismo e Desenvolvimento Econômico – SETURDE, dentro do âmbito das Secretarias Municipais de Execução Programática. De acordo com o Art. 50, Inciso IV da supracitada Lei, foi autorizada a transformação da Secretaria Municipal de Comércio e Turismo – SECTUR, na Secretaria Municipal Turismo e Desenvolvimento Econômico – SETURDE.

Av. Presidente Café Filho, 746 – Praia do Meio – Natal/RN – 59010-000 – Brasil
Tel: (55) 84 3232-9065 – www.natal.rn.gov.br – twitter: @vivernatal – gabinete.seturde@natal.rn.gov.br

5



PREFEITURA MUNICIPAL DO NATAL
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO ESTRATÉGICA - SEGELM
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



Proc. n° 5870/2014-91
Folha 46
Visto
Mat 67.679-0



A competência institucional da Secretaria Municipal de Turismo e Desenvolvimento Econômico – SETURDE está disposta e disciplinada no art. 32, da Lei Complementar nº 108, dentre as quais podemos destacar:

Art. 32 - Compete à Secretaria Municipal de Turismo e Desenvolvimento Econômico – SETURDE:

I – definir as diretrizes para o desenvolvimento econômico tendo como principal indutor a atividade turística;

II – promover o turismo dando o suporte institucional para a integração social e econômica com os demais setores da sociedade, estimulando a dinâmica e a capacitação dos recursos voltados para a atividade;

III – planejar, organizar, executar as ações na área do turismo, de forma integrada com as demais secretarias e instituições públicas e privadas;

IV – administrar tecnicamente a política municipal do turismo incorporando à mesma, novos conceitos tecnológicos e científicos;

V – elaborar estudos e pesquisas sobre a demanda e oferta turística do Município, em parcerias com as demais esferas de governo bem como as instituições que atuam e representam o setor, mantendo um sistema de informações atualizado e funcional;

(...)

VII – elaborar, com a participação das entidades representativas da sociedade, propostas para a política de desenvolvimento econômico do Município;

VIII – desenvolver estudos, projetos, inclusive em parceria, visando criar novas oportunidades



PREFEITURA MUNICIPAL DO NATAL
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO ESTRATÉGICA - SEGELM
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



Proc nº 5870/2014-91
Folha 47
Visto 100
Mat 67.692-0



econômicas para o Município e alavanca o desenvolvimento social e econômico;

(...)

XII – promover a captação de investimentos públicos e privados, através de cooperação técnica e científica, no âmbito local, regional, nacional e internacional, visando ao desenvolvimento econômico.

A estrutura organizacional da SETURDE está regulamentada pelo Decreto nº 8.782 de 02 de julho de 2009. O organograma da Secretaria está disponível no endereço eletrônico <http://portal.natal.rn.gov.br/seturde/paginas/ctd-849.html>.

Os mecanismos de interação entre a gestão pública municipal e a sociedade civil surgiram basicamente com a criação do Conselho Municipal de Turismo com o objetivo central de apoiar a gestão do município, tendo atribuições normativas, consultivas, deliberativas e fiscalizadoras.

No âmbito da instância de governança, no contexto municipal, existe o Conselho Municipal de Turismo – CMTUR que foi criado como órgão de colegiado através da Lei Complementar nº 108, de 24 de junho de 2009, que dispõe sobre a Organização Administrativa da Estrutura de Órgãos da Prefeitura Municipal do Natal.

Conforme o Regimento Interno, aprovado em reunião por seus membros, o Conselho Municipal de Turismo é órgão colegiado, de natureza consultiva, deliberativa e fiscalizadora vinculado diretamente à Secretaria Municipal de Turismo e Desenvolvimento Econômico – SETURDE. Consta que o Conselho Municipal de Turismo é integrado por representantes do Município de Natal e do Estado do Rio Grande do Norte e de instituições representativas dos diversos setores que compõem o turismo local.

O objetivo do Conselho é assessorar o Secretário de Turismo e Desenvolvimento Econômico na formulação da Política Municipal de Turismo.

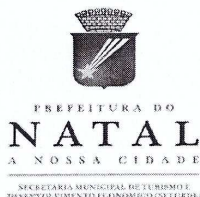
Em sequência, é mister esclarecer que a Unidade de Coordenação de Projetos – UCP está em fase de estudo quanto a sua implementação, porém a

Av. Presidente Café Filho, 746 – Praia do Meio – Natal/RN – 59010-000 – Brasil
Tel: (55) 84 3232-9065 – www.natal.rn.gov.br – twitter: @vivernatal – gabinete.seturde@natal.rn.gov.br

7



PREFEITURA MUNICIPAL DO NATAL
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO ESTRATÉGICA - SEGELM
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



Proc. nº 5870/2014-91
Folha 48
Visto
Mat 67.675-0



SETURDE em sua estrutura orgânico-funcional possui um departamento de estudos e projetos atuante com equipe técnica interdisciplinar e apta para acompanhar o desenvolvimento e metodologia destinada a viabilizar as ações compreendidas no âmbito do Programa.

O município de Natal/RN solicita a elaboração do Plano de Marketing da Área Turística (AT) de Natal ao Programa PRODETUR Nacional, tendo como instituição responsável pela contratação dos serviços a Secretaria Municipal de Turismo e Desenvolvimento Econômico – SETURDE. Essa será a 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. Ele 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. ÁREAS TURÍSTICAS SELECIONADAS

O município de Natal, capital do Rio Grande do Norte, possui 803.739 habitantes distribuídos em um território de 170 km² (IBGE/2010), e contempla em sua região geográfica praias do litoral urbano, que estão situadas nas regiões administrativas norte a sul da capital. A capital potiguar detém um dos cenários mais bonitos da costa brasileira, suas praias emolduradas pelas dunas, vislumbra uma paisagem que integra sol, mar e vegetação natural, que atrai por ano aproximadamente 2 milhões de turistas, entre estes, brasileiros e estrangeiros.

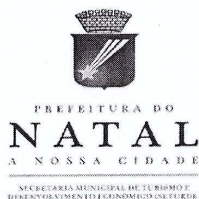
Conhecida mundialmente por suas dunas de areias brancas, gastronomia, hospitalidade e principalmente por suas belas praias, tendo Ponta Negra, que banha os 120 m de altura do Morro do Careca, como um dos principais cartões postais da cidade. O litoral natalense possui também a Fortaleza dos Reis Magos, o mais importante monumento de Natal, erguido no ano de 1598 em posição de destaque no encontro do Oceano Atlântico com o Rio Potengi e eleita, em 2008,

Av. Presidente Café Filho, 746 – Praia do Meio – Natal/RN – 59010-000 – Brasil
Tel: (55) 84 3232-9065 – www.natal.rn.gov.br – twitter: @vivernatal – gabinete.seturde@natal.rn.gov.br

8



PREFEITURA MUNICIPAL DO NATAL
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO ESTRATÉGICA - SEGELM
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



uma das Sete Maravilhas Brasileiras no concurso Cultural promovido pela revista Caras e o Banco HSBC.

O município de Natal está em crescente evolução e a exploração turística de seu vasto litoral se configura como o principal vetor de crescimento econômico. Atualmente a cidade dispõe de uma rede hoteleira de padrão internacional com mais de 28 mil leitos, chegando a 40 mil quando considerada toda a região metropolitana, distribuída em sua maioria ao longo das praias da cidade.

A Praia de Ponta Negra possui cerca de 3 km de extensão e ao longo desse trecho estão distribuídos inúmeros hotéis, pousadas, bares e restaurantes, Natal oferece aos turistas, uma variedade de pratos típicos e sua culinária diversificada, é líder na produção de camarão, que faz parte de muitos pratos da culinária local. Muitos dos pratos típicos de Natal são baseados em peixes e frutos do mar (camarão, lagosta, etc.); levam temperos e ingredientes diferentes (por exemplo, leite de coco, azeite de dendê) e vêm acompanhados por feijão verde, macaxeira, etc.

Avenida Senador Dinarte Mariz, chamada de Via Costeira, é uma via litorânea de aproximadamente 10 km situada entre o oceano Atlântico e o Parque das Dunas, uma reserva ambiental de 1.172 hectares de Mata Atlântica. Ela é responsável pela ligação entre a Praia de Ponta Negra e as praias de Areia Preta, Praia do Meio e Praia do Forte, nessa Avenida estão localizados os principais hotéis da cidade e o maior número de leitos.

A Via Costeira tem uma particularidade que diferencia o destino turístico Natal das demais capitais brasileiras, em função da localização dos 11 hotéis, tipo resorts, que ficam situados entre a via e a praia, constituindo-se num distrito hoteleiro frente mar de elevado nível de qualidade, onde os hóspedes tem acesso direto à praia.

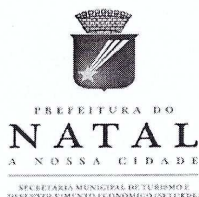
Ao final da Via Costeira, em direção ao centro da cidade, encontra-se o Farol de Mãe Luíza. Construído em 1949 sobre uma torre de 37 metros de altura. O Farol é pouco explorado turisticamente, apesar do seu grande potencial e a bela paisagem que de lá se descortina.

Av. Presidente Café Filho, 746 – Praia do Meio – Natal/RN – 59010-000 – Brasil
Tel: (55) 84 3232-9065 – www.natal.rn.gov.br – twitter: @vivernatal – gabinete.seturde@natal.rn.gov.br

9



PREFEITURA MUNICIPAL DO NATAL
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO ESTRATÉGICA - SEGELM
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



Proc. nº 5870/2014-91
Folha 50
Visto
Mat 67.672-0



A última praia desse trecho é a Praia do Forte, é protegida por arrecifes formando piscinas naturais e lá está localizado o Forte dos Reis Magos.

A cidade cresceu e se desenvolveu a margem sul do Rio Potengi. E nos trezentos dias de sol com que a natureza privilegiou Natal, trezentos belos espetáculos do entardecer, formando um dos mais belos crepúsculos.

Chamado inicialmente de rio Grande, o nome Potengi significa em tupi "Rio de Camarões". Berço da cidade, o rio Potengi nasce a 150 km de Natal, mas somente ao chegar à capital ele se torna largo e majestoso com a subida da maré, que transforma sua água escura para uma tonalidade verde esmeralda e assim com a continuação do calçadão na margem do Rio essa área seria mais bem explorada turisticamente, criando-se uma excelente área de lazer para a população local.

O litoral de Natal configura-se pela diversidade de elementos naturais e culturais, que evidenciam seu potencial turístico. A proximidade dos atrativos turísticos da Área Turística caracteriza-se como uma vantagem competitiva, considerando o bom acesso existente, que possibilita opções tanto para o turismo de lazer como para o de negócios. Na área central, parte antiga da cidade destaca-se pela segmentação cultural, que não é tão bem aproveitada turisticamente, mas, que pode oferecer boa alternativa complementar ao turismo de sol e mar. Também são destacados os principais corredores de acesso que ligam a cidade à área turística.

O Corredor Cultural apresenta ao visitante de forma breve um perfil dos principais pontos turísticos da cidade. Local que abriga grande parte do patrimônio histórico e cultural de Natal, onde estão inseridos os principais conjuntos arquitetônicos e as edificações isoladas, como igrejas e monumentos.

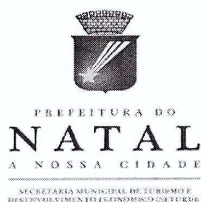
O evento de maior expressão é o Carnatal, conhecido como um dos mais famosos carnavais fora de época da região, atraindo um número significativo de mais de 100 mil pessoas. O Carnatal é a maior e melhor micareta do Brasil é acontece todos os anos, desde 1991, em Natal. Muito mais do que números grandiosos, case de sucesso, o Carnatal agrega alegria, felicidade e oferece

Av. Presidente Café Filho, 746 – Praia do Meio – Natal/RN – 59010-000 – Brasil
Tel: (55) 84 3232-9065 – www.natal.rn.gov.br – twitter: @vivernatal – gabinete.seturde@natal.rn.gov.br

10



PREFEITURA MUNICIPAL DO NATAL
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO ESTRATÉGICA - SEGELM
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



Proc nº 005870/2014-91
Folha 51
Visto
Mat 67.672-0



entretenimento para o povo potiguar, que passa o ano na expectativa de reviver os quatro dias de folia mais animados da cidade.

A cada ano, o Carnatal vem cheio de novidades, afinal, a capital potiguar cresceu, apareceu e passou a ter ainda mais importância como uma das sedes da Copa do Mundo de 2014. Hoje, Natal planeja sua reestruturação para receber o Arena das Dunas, estádio do campeonato mundial, onde por tantos anos circularam os trios elétricos da maior festa da cidade: o Carnatal.

O Agosto da Alegria é um evento cultural, promovido pelo Governo do Estado, que vem atraindo um público variado. Outro evento que tem impacto no turismo é o Natal em Natal, que se constitui por um conjunto de eventos promovido pela prefeitura da cidade do Natal, tais como a festa da padroeira de Natal Nossa senhora da apresentação e festa de santos reis. Especificamente, esses eventos, tratam-se de apresentações folclóricas, festas, shows, eventos culturais; havendo ainda a festa de réveillon com shows pirotécnicos à beira-mar.

O projeto Natal em Natal também inclui o Carnatal em seu calendário. É durante esse período que acontece as comemorações do aniversário da cidade, em 25 de dezembro. Outro evento é o Encontro Natalense de Escritores realizado desde 2006 que visa reunir nomes da literatura dentro e fora do país. Também é realizado o Auto do Natal que é uma grande peça ao ar livre que encena o nascimento de Jesus Cristo, e a Festa de Reis que reúne missas, novenas, procissão, apresentações de grupos folclóricos, barracas e comidas típicas no dia de Santos Reis, 6 de janeiro, e que encerra o Natal em Natal.

Em 2014, Natal sediará a Copa do Mundo da FIFA. Orçado em cerca de R\$ 400 milhões, a Arena das Dunas que receberá quatro jogos do mundial teve sua obra iniciada em outubro de 2011, e, após monitoramento da FIFA e muitas especulações de que não seria concluída no tempo necessário, hoje encontra-se em fase final, e de acordo com seus gestores, com mais de 90% das obras finalizadas.

Diante disso, a AT de Natal está localizada na parte leste e central da cidade, a uma distância média de 15 km do Aeroporto Internacional Augusto

Av. Presidente Café Filho, 746 – Praia do Meio – Natal/RN – 59010-000 – Brasil
Tel: (55) 84 3232-9065 – www.natal.rn.gov.br – twitter: @vivernatal – gabinete.seturde@natal.rn.gov.br

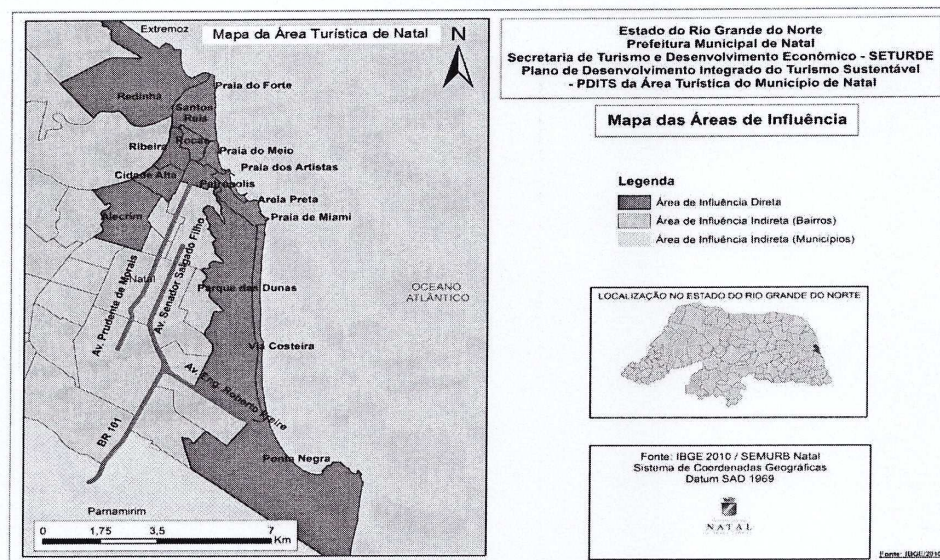
11



Proc. n° 5870/2014-91
Folha 52
Visto
Mat 67.672-0



Severo, principal portão de entrada de turistas para a cidade. A área é composta por parte dos bairros de: Ponta Negra, Via Costeira, Redinha, Areia Preta, Petrópolis, Ribeira, Centro, Alecrim, Tirol, Lagoa Nova, apresentando uma dimensão aproximada de 34 km², o que corresponde a cerca de 20% do território natalense, conforme indicado na Figura abaixo.



Assim, apesar do grande número de atrativos existentes em Natal, 06 (seis) podem ser considerados os mais expressivos produtos turísticos, com poder de agregar outros atrativos e produtos, conforme ilustrado no quadro abaixo:

QUADRO 01. Produtos turísticos e Atrativos agregados de Natal.

PRODUTOS	PRODUTOS/ATRATIVOS AGREGADOS
PRAIA DE PONTA NEGRA	Praia, Morro do Careca, Gastronomia, Artesanato e Equipamentos Turísticos e Passeio de Buggy.
VIA COSTEIRA	Praias, Parque das Dunas, Centro de Convenções e Equipamentos Turísticos e passeio de buggy.
CORREDOR CULTURAL	Centro Histórico, Monumentos Históricos, Igrejas, Artesanato e Fortaleza dos Reis Magos
RIO POTENGI COM POR DO SOL	Rampa, Iate Clube, Pedra do Rosário, Ponte Newton Navarro e Atracadouro
EVENTOS EM NATAL	Carnatal, Natal em Natal, Agosto da Alegria, Praias, Gastronomia, Artesanato e Passeio de Buggy
PRAIAS URBANAS	Praia da Redinha, Praia do Forte, Praia do Meio, Praia dos Artistas, Praia de Areia Preta e Praia de Miami, Gastronomia, Artesanato e Passeio de Buggy.

Fonte: START – Pesquisa e Consultoria Técnica Ltda., 2013.

Av. Presidente Café Filho, 746 – Praia do Meio – Natal/RN – 59010-000 – Brasil
Tel: (55) 84 3232-9065 – www.natal.rn.gov.br – twitter: @vivernatal – gabinete.seturde@natal.rn.gov.br

12



PREFEITURA MUNICIPAL DO NATAL
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO ESTRATÉGICA - SEGELM
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



Proc nº 5870/2014-91
Folha 53
Visto
Mat 67.692-0



É importante deixar clara a diferenciação entre os dois termos utilizados, uma vez que os **recursos turísticos** constituem-se na matéria-prima do turismo, são os elementos identificados na localidade com potencialidade de se tornarem atrativo turístico, enquanto os **atrativos turísticos** são recursos explorados pela atividade turística, ou seja, já têm estrutura para propiciar uma experiência turística.

Boa parte dos atrativos naturais de Natal possui características semelhantes e dinâmicas de visitação inter-relacionadas. Muitos atrativos são bem próximos uns dos outros, apresentando utilização e paisagem similares, configurando-se como um único produto.

3. MARKETING – CONCEITUAÇÃO

O Plano de Marketing é um instrumento que define os objetivos ligados ao mercado e os 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 do destino turístico de Natal, de forma a garantir a eficiência e a eficácia dos meios de comercialização.

Diante do plano de ação proposto no PDITS, no âmbito das ações do componente II - Estratégia de Comercialização, se faz necessário o Fortalecimento do planejamento estratégico de marketing para Natal, a fim dar maior eficácia e eficiência às ações de comunicação e marketing, conquistando novos nichos de mercado e utilizando-se diversos tipos de mídia.

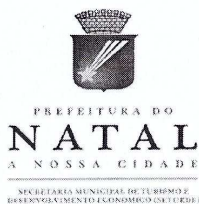
Neste contexto, a ação proposta vislumbra a Elaboração do Plano de Marketing para a AT de Natal, objetivando orientar as estratégias de

Av. Presidente Café Filho, 746 – Praia do Meio – Natal/RN – 59010-000 – Brasil
Tel: (55) 84 3232-9065 – www.natal.rn.gov.br – twitter: @vivernatal – gabinete.seturde@natal.rn.gov.br

13



PREFEITURA MUNICIPAL DO NATAL
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO ESTRATÉGICA - SEGELM
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



desenvolvimento da atividade turística desenvolvidas para Natal, com vistas a atingir maior eficiência e eficácia no fortalecimento da marca e na comercialização dos seus produtos, ampliando a atratividade da cidade para aumentar os fluxos e gastos turísticos em Natal e Rio Grande do Norte, uma vez que Natal além de ser portão de entrada, é um centro de distribuição de turistas para os diversos destinos turísticos do estado.

A elaboração de um Plano de *Marketing* possibilitará o planejamento estratégico da comercialização e divulgação do destino Natal, posicionando os produtos turísticos da cidade nos mercados nacional e internacional, tornando as ações mais efetivas ao atingir os mercados de interesse, e, entre outras coisas, tornando o destino mais competitivo.

Os estudos e análises realizados durante a preparação do PDITS/2013 para a Área Turística de Natal/RN, 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.

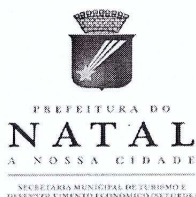
O desenvolvimento do Plano como fator de integração regional, unindo os pólos X e Y, está em conformidade com o Plano Nacional de Turismo-PNT e com o programa Roteiros do Brasil, instituído pelo MTur.

4. OBJETO GERAL DO CONTRATO

Este Termo de Referência tem por objeto a elaboração de um Plano de Marketing estratégico e operacional, para a área turística de Natal, segundo as especificações deste pleito.

Av. Presidente Café Filho, 746 – Praia do Meio – Natal/RN – 59010-000 – Brasil
Tel: (55) 84 3232-9065 – www.natal.rn.gov.br – twitter: @vivernatal – gabinete.seturde@natal.rn.gov.br

14



Proc n° 5870/2014-91
Folha 53
Visto 04
Mat 64.640-0



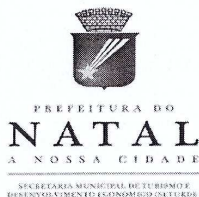
4.1. Objetivos Específicos

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 público e privado;
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;
- **Complementariedade:** 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;



Proc nº 5870/2014-91
Folha 56
Visto
Mat 67.692-0



- **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. ATIVIDADES A DESENVOLVER PARA O PLANO DE MARKETING DA ÁREA TURÍSTICA DO MUNICÍPIO DE NATAL

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

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

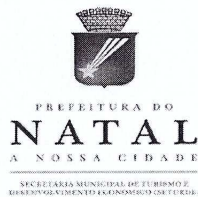
OBS: Ao informar as atividades, é necessário mostrar a relação existente entre a análise e o diagnóstico com as demais atividades a serem desenvolvidas, ou seja, mencionar com base em quais dados obtidos que foram definidas as demais atividades a serem realizadas.

6.1. Análise e Diagnóstico da Situação e do Mercado Potencial

Deverão ser analisados, no mínimo, os seguintes aspectos:

I. Organização e capacidade institucional para o marketing de destino

Como 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.



II. A oferta turística

Para este item, podem-se utilizar os dados levantados pelo 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.

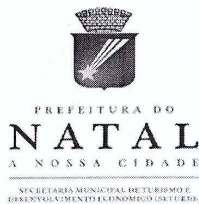
III. A demanda turística atual

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.





PREFEITURA MUNICIPAL DO NATAL
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO ESTRATÉGICA - SEGELM
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



Proc nº 5870/2014-91
Folha 58
Visto 44
Mat 67.672-0



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 socio-econômico;
- 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 subcontratar esses serviços, parcial ou totalmente, deve-se especificar o nome da empresa ou organização que realizará o trabalho.

IV. 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 a 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.

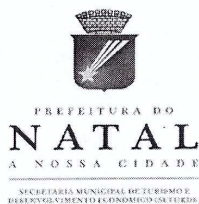
Essa análise se baseará em:

Av. Presidente Café Filho, 746 – Praia do Meio – Natal/RN – 59010-000 – Brasil
Tel: (55) 84 3232-9065 – www.natal.rn.gov.br – twitter: @vivernatal – gabinete.seturde@natal.rn.gov.br

18



PREFEITURA MUNICIPAL DO NATAL
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO ESTRATÉGICA - SEGELM
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



Proc. n.º 5890/2014-91
Folha 39
Visto [assinatura]
Mat. 67.6720



- a. Fontes secundárias: os Estudos sobre Turismo Doméstico Brasileiro realizados pela EMBRATUR até 2008 complementados com outras fontes municipal, Estadual ou da Iniciativa privada.
- b. 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.
- c. Quanto ao **mercado internacional**, buscam-se dados e análises no que se refere a:
- I. Volume, perfil e comportamento de compra a destinos de longa distância;
 - II. O interesse do mercado pelo destino Brasil e as Áreas Turísticas Prioritárias em particular;
 - III. Os possíveis fatores que impedem ou estimulam a visita ao Brasil;
 - IV. 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 tour 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



PREFEITURA MUNICIPAL DO NATAL
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO ESTRATÉGICA - SEGELM
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



Proc n° 5870/2014-91
Folha 60
Visto 018
Mat 67.670-0



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 pelas mesmas objetivando 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, caso negativo, o que impede e o que pode vir a incentivar a cooperação.

V. 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.

VI. 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.



Proc. nº 005870/2014-91
Folha 01
Visto
Mat. 67.672-0



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 existem 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 e é 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:

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



PREFEITURA MUNICIPAL DO NATAL
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO ESTRATÉGICA - SEGELM
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



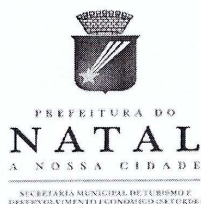
Proc n° 5870/2014-91
Folha 62
Visto
Mat 07.672-0



- Objetivos;
 - Conteúdo/ Desenvolvimento;
 - Calendário;
 - Custo estimado;
 - Responsável pela execução;
- c) Calendário consolidado;
- d) 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 se descrevem 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 objeto desse estudo que se beneficiará do crédito do BID para a preparação do Plano de Marketing dispõem de Conselho Municipal de Turismo, mas carecem de uma ferramenta norteadora de gestão voltada para definição de estratégias e ações de promoção e comercialização eficientes que permita analisar o mercado, adaptando-se as suas constantes mudanças e identificando tendências objetivando definir resultados a serem alcançados e formular ações para atingir competitividade identificando do turista que se deve atingir, de forma a diminuir a sazonalidade do destino turístico, aumentar a geração de emprego e renda, fortalecer a receita do município e potencializar o cenário turístico local em face dos principais polos emissores do turismo regional, nacional e internacional.

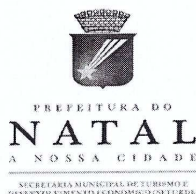
Por isso, será necessário encontrar uma solução que assegure a gestão do marketing de maneira efetiva a médio e longo prazo. Por tanto, o Plano de Marketing Turístico deverá incluir, no mínimo, a definição de:

- a) Enfoque requerido para gerir e coordenar uma ação de marketing eficiente da área em seu conjunto;
- b) Identificar equipes e tecnologias necessárias para uma ação de marketing efetiva;
- c) Definição dos principais processos para realizar o planejamento e o acompanhamento da ação de marketing;
- d) 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 com base as diretrizes do Plano Nacional de Turismo - PNT/2007-2010 (macro programa de Promoção e Apoio a Comercialização).

➤ **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:** O Plano de Marketing incluirá 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 dos Termos de Referência para a contratação das ações requeridas, como por exemplo:



PREFEITURA MUNICIPAL DO NATAL
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO ESTRATÉGICA - SEGELM
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



Proc. nº 5870/2014-91
Folha 65
Visto 000
Mat 67.672-0



- 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.

Os documentos deverão ser apresentados em português.

8. PRAZOS

O prazo estimado para a elaboração do Plano de Marketing será de 360 dias, contados a partir da data de assinatura do contrato e da emissão da ordem de serviço. 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 FORMAS DE PAGAMENTO

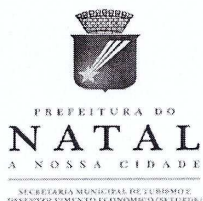
O produto final corresponderá a um Plano de Marketing para a área Turística do Município de Natal sob a forma de relatório completo, conciso e

Av. Presidente Café Filho, 746 – Praia do Meio – Natal/RN – 59010-000 – Brasil
Tel: (55) 84 3232-9065 – www.natal.rn.gov.br – twitter: @vivernatal – gabinete.seturde@natal.rn.gov.br

25



PREFEITURA MUNICIPAL DO NATAL
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO ESTRATÉGICA - SEGELM
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



Proc. n° 5870/2014-91
Folha 66
Visto 66
Mat. 67.6720



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 e Desenvolvimento Econômico de Natal 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.

QUADRO1. CRONOGRAMA FÍSICO-FINANCEIRO

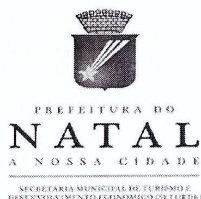
PRODUTOS	DESCRIÇÃO	PRAZO	DESEMBOLSO
Produto 1.	Plano de Trabalho (incluindo cronograma Físico Financeiro).	45 Dias Após Assinatura do Contrato e Ordem de Serviço	5%
Produto 2.	Análise e Diagnóstico da Situação e do Mercado Potencial; Definição de Objetivos e Estratégias.	135 Dias Após Assinatura do Contrato e Ordem de Serviço	40%
Produto 3.	Desenvolvimento do Plano de Ações e seus Indicadores de Acompanhamento.	195 Dias Após Assinatura do Contrato e Ordem de Serviço	10%
Produto 4.	Gestão e Coordenação da Ação de Marketing; Plano de Financiamento.	255 Dias Após Assinatura do Contrato e Ordem de Serviço	15%
Produto 5.	Plano de Marketing Turístico – versão preliminar	315 Dias Após Assinatura do Contrato	20%

Av. Presidente Café Filho, 746 – Praia do Meio – Natal/RN – 59010-000 – Brasil
Tel: (55) 84 3232-9065 – www.natal.rn.gov.br – twitter: @vivernatal – gabinete.seturde@natal.rn.gov.br

26



PREFEITURA MUNICIPAL DO NATAL
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO ESTRATÉGICA - SEGELM
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



Proc n° 5870/2014-91
Folha 67
Visto
Mat 67.673-0



PRODUTOS	DESCRIÇÃO	PRAZO	DESEMBOLSO
		e Ordem de Serviço	
Produto 6.	Um Plano de Marketing Turístico – versão final	360 Dias Após Assinatura do Contrato e Ordem de Serviço	10%
TOTAL		360 Dias	100 %

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.

10. 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:

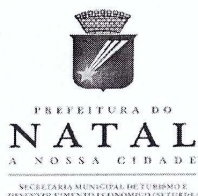
1. programa: Word;
2. fonte: ARIAL;
3. título principal: ARIAL 11, caixa alta, negrito;
4. subtítulo: ARIAL 11, caixa alta e baixa, negrito;

Av. Presidente Café Filho, 746 – Praia do Meio – Natal/RN – 59010-000 – Brasil
Tel: (55) 84 3232-9065 – www.natal.rn.gov.br – twitter: @vivernatal – gabinete.seturde@natal.rn.gov.br

27



PREFEITURA MUNICIPAL DO NATAL
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO ESTRATÉGICA - SEGELM
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



Proc. n.º 5940/2014-91
Folha 68
Visto
Mat. 62.672-0



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).
11. 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 auto-explicativos;
 - 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 antecédidos 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



Prot. n° 3870/2014-31
Folha 69
Visto SW
Mat 67.672-0



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 Secretaria Municipal de Turismo e Desenvolvimento Econômico de Natal 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

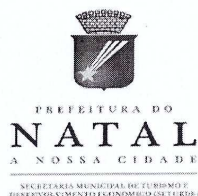
A equipe técnica necessária para a realização dos trabalhos de formulação do Plano de Marketing deverá ser formada por profissionais que possuam o conhecimento na preparação de planos de marketing de destinos turísticos a nível nacional e internacional, na realização de estudos de mercado turístico, 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 e Europa.

A equipe de trabalho deverá conter no mínimo os seguintes profissionais (Quadro 02):



PREFEITURA MUNICIPAL DO NATAL
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO ESTRATÉGICA - SEGELM
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



ITEM	DISCRIMINAÇÃO DO PROFISSIONAL
1	Coordenador de Projeto 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	Especialista em Marketing 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	Especialista em Turismo 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	Especialista em Planejamento 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	Especialista em Informática 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	Especialista em Publicidade 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.

Av. Presidente Café Filho, 746 – Praia do Meio – Natal/RN – 59010-000 – Brasil
Tel: (55) 84 3232-9065 – www.natal.rn.gov.br – twitter: @vivernatal – gabinete.seturde@natal.rn.gov.br

30



Proc. nº 5870/2014-91
Folha 141
Visto 088
Mat 69.693-0



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

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 objetivo devem ser realizadas na Área Turística de Natal 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 devem estar direcionadas a sua respectiva Área Turística com o objetivo de 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.



PREFEITURA MUNICIPAL DO NATAL
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO ESTRATÉGICA - SEGELM
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



Proc nº 005870/2014-01
Folha 72
Visto
Mat



Outras oficinas poderão ser incluídas, conforme seja necessário e previamente acordado com a contratada.

A versão final do Plano deverá incluir um capítulo 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*.

14. ESTIMATIVA DO CUSTO ORÇAMENTÁRIO

O custo orçamentário estimado para a ELABORAÇÃO DO PLANO DE MARKETING DA ÁREA TURÍSTICA DO MUNICÍPIO DE NATAL/RN, conforme as especificações e diretrizes contidas neste Termo de Referência, é de R\$ 278.106,00 (Duzentos e setenta e oito mil cento e seis reais).

15. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA ORÇAMENTÁRIA PELO LICITANTE

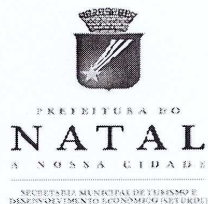
O licitante deverá apresentar obrigatoriamente no corpo da proposta orçamentária a planilha de discriminação dos custos, conforme modelo (Quadro 01) que segue em anexo.

Natal, 13 de março de 2014.


DANIEL ALBUQUERQUE BARBOSA MARINHO
Diretor do Departamento de Estudos e Projetos



PREFEITURA MUNICIPAL DO NATAL
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO ESTRATÉGICA - SEGELM
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



ÓRGÃO/SETOR SEARDE
Nº do Processo 05870/2014-91
FL. 73
Rubrica: [assinatura]



ANEXO

Quadro 01 – Modelo de Planilha de Custos (Proposta Orçamentária)

ITEM	ESPECIFICAÇÃO/DISCRIMINAÇÃO	UNID.	QUANT.	PREÇO UNITÁRIO	PREÇO TOTAL
A	EQUIPE TÉCNICA				
1	PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR				
1.1	Coordenador de Projeto	h/t			
1.2	Especialista em Marketing	h/t			
1.3	Especialista em Turismo	h/t			
1.4	Especialista em Planejamento	h/t			
1.5	Especialista em Informática	h/t			
1.6	Especialista em Publicidade	h/t			
	Subtotal – 1				
2	PESSOAL AUXILIAR				
2.1	Revisor de texto	h/t			
2.2	Motorista	diária			
	Subtotal – 2				
	Subtotal A (1+2)				
3	OUTRAS DESPESAS				
3.1	Hospedagem (diária com café da manhã)	diária			
3.2	Aluguel de Veículos	diária			
3.3	Aluguel de Sala	diária			
3.4	Locação de Equipamentos de Informática	diária			
3.5	Serviços Gráficos (4 vias de cada produto)	impressão			
3.6	Reprodução de material audiovisual	und			
3.7	Combustível	litros			
	Subtotal – 3				
	Subtotal A (1+2) + 3				
TOTAL GERAL ESTIMADO.....R\$.....					
Responsável pelo Orçamento Estimativo			Cargo:		

[assinatura]



ANEXO II

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO QUE ENTRE
SI FAZEM, DE UM LADO A
CONTRATANTE
E DO OUTRO _____ CONTRATADO.

Contrato de prestação de serviço que celebram entre si, de um lado _____, CGC _____, estabelecido à _____ Natal-RN, ora representada por sua titular _____, CPF _____ doravante denominada CONTRATADA, e de outro lado a _____, CGC _____, sito à rua _____, nº _____, Natal-RN, ora representada por seu titular _____, doravante denominada CONTRATANTE, que quando referidas em conjunto denominadas simplesmente PARTES, mediante condições expostas em cláusulas a seguir denominadas.

CLAUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

O presente contrato tem como objeto a contratação de empresa especializada na prestação dos serviços de elaboração de Plano de Marketing para área turística do Município do Natal, conforme especificações técnicas, cronograma físico-financeiro e demais normas estabelecidas no Edital e seus Anexos.

CLAUSULA SEGUNDA – DO VALOR DO CONTRATO

O valor total do presente contrato importa em R\$ ____ (_____).

CLAUSULA TERCEIRA – DOS PRAZOS

O prazo estimado para a elaboração do plano de Marketing será de 360 (trezentos e sessenta) dias, contados a partir da data de assinatura deste contrato e da emissão da ordem de serviço.

CLAUSULA QUARTA – DO AMPARO LEGAL

A lavratura do presente Contrato decorre da realização da TOMADA DE PREÇOS nº 24.000/2014, realizada com fundamento no artigo 22, inciso II, § 2º, combinado com o artigo 23, inciso II, alínea “b” da Lei nº 8.666/93.

A prestação de serviço desta TOMADA DE PREÇOS foi adjudicado pela comissão e homologado em favor da CONTRATADA conforme despacho do Senhor Secretário Municipal de Administração e Gestão Estratégica, exarado na TOMADA DE PREÇOS 24.000/2014, tomando como base o disposto do artigo 45, § 1º, inciso I da Lei nº 8.666/93.

CLAUSULA QUINTA – DA EXECUÇÃO DO CONTRATO

A execução deste Contrato, bem, ainda, os casos nele omissos, regular-se-ão pelas cláusulas contratuais e pelos preceitos de Direito Público, aplicando-lhes, na forma do **artigo 54 da Lei nº 8.666/93 combinado com o inciso XII do artigo 55, do mesmo diploma legal.**

No ato da assinatura do contrato, a Contratada prestará garantia, no valor equivalente a **5,0% (cinco por cento)** do valor contratado.

Parágrafo Primeiro – A caução poderá ser efetuada em qualquer das modalidades previstas em lei, ou seja:

- I - Caução em dinheiro ou título da dívida pública;
- II - Seguro garantia;
- III - Fiança bancária.

Parágrafo Segundo – A garantia prestada pela Contratada será liberada ou restituída, após execução, sendo lícito a Contratante reter a solução de casos que possam causar prejuízos à Administração.

CLAUSULA SEXTA - DO PREPOSTO E SUAS ATRIBUIÇÕES

1. A CONTRATADA deverá, durante todo o período de vigência do Contrato, manter um preposto ou o próprio executor, conforme o caso, com fins de representá-la administrativamente, sempre que necessário.

2. A CONTRATADA deverá instruir seu preposto quanto à necessidade de atender prontamente a quaisquer solicitações da CONTRATANTE, do Fiscal do Contrato ou de seu substituto, acatando imediatamente as determinações, instruções e orientações destes, inclusive quanto ao cumprimento das Normas Internas, e devendo, ainda, tomar todas as providências pertinentes para que sejam corrigidas quaisquer falhas detectadas na execução do serviço contratado.

3. São atribuições do preposto ou o titular, dentre outras:

3.1 – Executar o objeto do contrato dentro do pactuado;

- 3.2 – Realizar os registros contábeis, através dos lançamentos, bem como a elaboração de todos os relatórios (Balanço Orçamentário, Patrimonial, Financeiro) em conformidade com a legislação vigente em cada exercício social;
- 3.3 – Emitir demais relatórios ou pareceres, quando solicitado, em face do objeto do contrato;
- 3.4 – Manter organizados e em ordem cronológica dos fatos, os documentos utilizados na escrituração contábil e seus respectivos relatórios;
- 3.5 – Manter a integralidade dos documentos, acondicionando-os em pastas e locais organizados e limpos;
- 3.6 – Reportar-se à Fiscalização do Contrato para dirimir quaisquer dúvidas a respeito da execução dos serviços;
- 3.7 – Relatar à Fiscalização do Contrato, pronta e imediatamente, toda e qualquer irregularidade observada;
- 3.8 – Realizar, além das atividades e tarefas que lhe forem atribuídas, quaisquer outras que julgar necessárias, pertinentes ou inerentes à boa prestação dos serviços do objeto do contrato.
- 3.9 – Encaminhar à Fiscalização do Contrato todas as Notas Fiscais /Faturas dos serviços prestados;
- 4 – Esclarecer quaisquer questões relacionadas às Notas Fiscais /Faturas dos serviços prestados, sempre que solicitado;
- 4.1 – Elaborar as atividades dispostas neste termo dentro do prazo pré-estabelecido.

CLAUSULA SÉTIMA – DOS ENCARGOS DO CONTRATANTE

- 1. Permitir o livre acesso da CONTRATADA às dependências da CONTRATANTE, para execução dos serviços;
- 2. Disponibilizar toda a estrutura física suficiente para a plena execução do objeto do contrato;
- 3. Prestar as informações e os esclarecimentos que venham a ser solicitados pela CONTRATADA ou por seus prepostos;
- 4. Analisar a situação tributária da CONTRATADA e efetuar as retenções devidas no ato do pagamento;
- 5. Recolher regularmente aos órgãos competentes de arrecadação tributária e trabalhista, os impostos e encargos sociais retidos na nota fiscal /fatura da CONTRATADA;
- 6. Efetuar o pagamento pela execução dos serviços, no prazo estabelecido, desde que cumpridas todas as formalidades e exigências do contrato;
- 7. Suspender o pagamento da nota fiscal / fatura sempre que houver obrigação contratual pendente por parte da CONTRATADA, até a completa regularização;
- 8. Acompanhar e fiscalizar a execução do contrato, por meio de servidores especialmente designados, nos termos do Art. 67 da Lei 8.666/93;
- 9. Comunicar oficialmente à CONTRATADA quaisquer falhas verificadas no curso da execução do contrato, determinando o que for necessário à sua regularização;
- 10. Aplicar à CONTRATADA as penalidades contratuais e regulamentares cabíveis;
- 11. Verificar o cumprimento dos requisitos mínimos de qualificação profissional exigidos no Termo de Referência, solicitando da CONTRATADA a substituição, se for o caso;
- 12. Exigir o imediato afastamento e/ou substituição de qualquer empregado ou preposto da CONTRATADA cuja conduta, atuação, permanência e/ou comportamento sejam qualificados ou entendidos como prejudiciais, inconvenientes, inadequados ou insatisfatórios à disciplina da CONTRATANTE ou ao interesse do serviço público;
- 13. Comunicar oficialmente à CONTRATADA quando não houver necessidade de substituição de profissional nas ocorrências de ausência temporária, como falta, gozo de férias ou afastamentos legais de qualquer natureza;
- 14. Exigir, mensalmente, os documentos comprobatórios do pagamento de pessoal, do recolhimento dos encargos sociais, benefícios, certidões negativas ou qualquer outro documento que julgar necessário.

CLAUSULA OITAVA – DOS ENCARGOS DA CONTRATADA

Caberá à CONTRATADA o cumprimento das seguintes obrigações:

- 1 Fornecer e manter atualizada junto à Fiscalização do Contrato relação nominal dos empregados e preposto, indicando nome completo, função, números de identidade e CPF, endereço e telefone residenciais, número de celular, horário e local de trabalho, quando for o caso;
- 2 Apresentar à Fiscalização do Contrato, sempre que solicitado, os diplomas, certificados, controles de frequência, atestados, comprovantes e carteiras profissionais, bem como quaisquer outros documentos que digam respeito a seus empregados ou que, de alguma forma, tenham relação com o objeto do contrato e/ou com a prestação dos serviços contratados;
- 3 Manter seus empregados sempre atualizados, por meio da promoção de treinamentos e reciclagens, cursos de relações interpessoais e segurança no trabalho e participação em eventos de caráter técnico, de acordo com a necessidade dos serviços e sempre que a CONTRATANTE entender conveniente;
- 4 Responder, em relação aos seus empregados, por todas as despesas decorrentes dos serviços, tais como: salários, seguros de acidentes, tributos, encargos sociais, indenizações, vale-refeição, vale transporte e outras que porventura venham a ser criadas e exigidas pelo Governo;
- 5 Pagar, até o 5º (quinto) dia útil do mês subsequente ao vencido, os salários de seu pessoal;



PREFEITURA MUNICIPAL DO NATAL
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO ESTRATÉGICA - SEGELM
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

- 6 Observar os prazos legais e regulamentares na entrega dos vales-transporte e vales-refeição, quando for o caso.
- 7 Assumir inteiramente a responsabilidade por e arcar total e exclusivamente com todos os custos, despesas, encargos e obrigações trabalhistas, sociais, previdenciários, fiscais e comerciais resultantes da execução do Contrato, conforme exigência legal, obrigando-se a saldá-los na época própria, visto que seus empregados nem o titular responsável pela execução do contrato, quando for o caso, não estabelecerão nenhuma espécie de vínculo empregatício com a CONTRATANTE;
- 8 Assumir inteiramente a responsabilidade por e arcar total e exclusivamente com todos os custos, despesas, encargos e obrigações resultantes de possível reclamação ou demanda trabalhista, civil ou penal, relacionada à execução do contrato, originariamente ou vinculada por prevenção, conexão ou continência;
- 9 Encaminhar mensalmente à Fiscalização do Contrato as Notas Fiscais/Faturas dos serviços prestados, bem como os comprovantes de pagamento dos salários e benefícios dos empregados e do devido recolhimento dos encargos sociais, quando for o caso;
- 10 Assumir inteiramente a responsabilidade por todas as providências e obrigações estabelecidas na legislação específica de acidentes de trabalho;
- 11 Assumir inteiramente a responsabilidade e tomar as medidas necessárias ao atendimento dos seus empregados, se for o caso, quando acidentados ou acometidos de mal súbito, por meio do representante indicado como preposto;
- 12 Fazer cumprir e assumir inteira responsabilidade pelo cumprimento, por parte de seus empregados e prepostos, de todas as normas e procedimentos internos e disciplinares da CONTRATANTE;
- 13 Providenciar a imediata substituição de qualquer empregado ou preposto cuja conduta, atuação, permanência e/ou comportamento sejam qualificados ou entendidos como prejudiciais, inconvenientes, inadequados ou insatisfatórios à disciplina da CONTRATANTE ou ao interesse do serviço público;
- 14 Responder por quaisquer danos causados diretamente aos bens ou instalações da CONTRATANTE e de terceiros, quando tenham sido causados por seus empregados ou titular pela execução do objeto do contrato, durante a execução dos serviços, e desde que fique comprovada sua responsabilidade;
- 15 Arcar com despesas decorrentes de qualquer falta ou infração praticada por seus empregados quando relacionados com a execução dos serviços ou quando nas dependências da CONTRATANTE;
- 16 Administrar todo e qualquer assunto relativo a seus empregados;
- 17 Comunicar por escrito à Fiscalização do Contrato, por meio do representante indicado como preposto, qualquer anormalidade ou irregularidade observada ao longo da execução do contrato e prestar os esclarecimentos que julgar necessários;
- 18 Manter a quantidade de pessoal necessária à execução do objeto do contrato, substituindo o empregado por outro que atenda às mesmas exigências feitas em relação ao substituído, nos seguintes casos:
 - 18.1 Falta justificada ou injustificada, inclusive por motivo de greve da categoria, no prazo máximo de sessenta minutos, a contar da ciência do afastamento;
 - 18.2 Gozo de férias ou afastamentos legais de qualquer natureza, a partir da data de início do período;
 - 18.3 Solicitação da Fiscalização do Contrato, no prazo máximo de dois dias úteis, a contar da data de solicitação;
- 19 Encaminhar à Fiscalização do Contrato, com antecedência de 30 (trinta) dias a relação de empregados que fruirão férias no período subsequente, assim como informar os dados daqueles que irão substituí-los;
- 20 Responsabilizar-se pelo transporte de seu pessoal até as dependências da CONTRATANTE, por meios próprios ou mediante vale-transporte, inclusive em casos de paralisações dos transportes coletivos;
- 21 Prestar todos os esclarecimentos solicitados pela Fiscalização do Contrato, atendendo prontamente às reclamações/solicitações formuladas e relatando toda e qualquer irregularidade observada;
- 22 Não veicular publicidade ou qualquer outra informação acerca das atividades objeto deste Termo de Referência sem a prévia autorização da CONTRATANTE;
- 23 Executar diretamente o contrato, sem transferência de responsabilidades ou subcontratações não autorizadas pela CONTRATANTE;
- 24 Manter, durante o período de vigência do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação, qualificação e regularidade exigidas no edital.

CLAUSULA NONA – DAS OBRIGAÇÕES SOCIAIS, COMERCIAIS E FISCAIS

1. À CONTRATADA caberá, ainda:
 - 1.1. Assumir a responsabilidade por todos os encargos previdenciários e obrigações sociais previsto na legislação social e trabalhista em vigor, obrigando-se a saldá-los na época própria, vez que os seus empregados não manterão nenhum vínculo empregatício com o CONTRATANTE;



PREFEITURA MUNICIPAL DO NATAL
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO ESTRATÉGICA - SEGELM
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

1.2. Assumir a responsabilidade por todas as providências e obrigações estabelecidas na legislação específica de acidentes do trabalho, quando, em ocorrência da espécie, forem vítimas os seus empregados quando da prestação do serviço ou em conexão com ele, ainda que acontecido em dependência do CONTRATANTE;

1.3. Assumir todos os encargos de possível demanda trabalhista, civil ou penal, relacionadas a prestação do serviço objeto deste contrato, originariamente ou vinculada por prevenção, conexão ou contingência;

1.4. Assumir a responsabilidade pelos encargos fiscais e comerciais resultantes da adjudicação da TOMADA DE PREÇOS nº 24.000/2014.

2. A inadimplência da CONTRATADA, com referencia aos encargos estabelecidos nesta cláusula, não transfere à administração do CONTRATANTE a responsabilidade por seu pagamento, nem poderá onerar o objeto deste contrato, razão pela qual a CONTRATADA renuncia expressamente a qualquer vínculo de solidariedade, ativa ou passiva com o CONTRATANTE.

CLAUSULA DÉCIMA – DAS OBRIGAÇÕES GERAIS

1. É expressamente proibida, por parte da CONTRATADA, durante o prazo de vigência deste contrato, a contratação de servidor pertencente ao quadro de pessoal do CONTRATANTE.

2. A CONTRATADA fica proibida de veicular publicidade acerca do objeto deste contrato, salvo se houver prévia autorização da administração do CONTRATANTE.

3. É vedada a subcontratação de outra empresa para a prestação de serviço objeto deste contrato.

CLAUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DA EXECUÇÃO DO SERVIÇO

O prazo estimado para a elaboração do plano de Marketing será de 360 (trezentos e sessenta) dias, contados a partir da data de assinatura deste contrato e da emissão da ordem de serviço. Os produtos intermediários, as formas, os percentuais de pagamento e os respectivos prazos de entrega estão discriminados no cronograma físico-financeiro.

CLAUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DO ACOMPANHAMENTO E DA FISCALIZAÇÃO

1 A execução do Contrato e a respectiva prestação dos serviços serão acompanhadas e fiscalizadas por servidores (Fiscal e substituto) a serem designados pela Administração na condição de representantes da CONTRATANTE;

1.1 – Ao Fiscal compete acompanhar, fiscalizar, conferir e avaliar a execução do Contrato e dos respectivos serviços, bem como dirimir e desembaraçar quaisquer dúvidas e pendências que surgirem no curso de sua execução, determinando o que for necessário à regularização das faltas, falhas, ou problemas observados, conforme prevê o art. 67 da Lei nº 8.666/1993 e suas alterações.

1.2 São atribuições do Fiscal do Contrato, dentre outras:

2.1 – Receber a Nota Fiscal/Fatura apresentada pela CONTRATADA e atestar a realização dos serviços, para fins de liquidação e pagamento;

2.2 – Ordenar a imediata retirada do local, seguida, quando for o caso, da substituição, pela CONTRATADA, independentemente de justificativa por parte da CONTRATANTE, de qualquer de seus empregados que estiver sem uniforme ou crachá, que embaraçar ou dificultar a atuação da Fiscalização ou cuja conduta, atuação, permanência e/ou comportamento sejam julgados prejudiciais, inconvenientes ou insatisfatórios à disciplina da CONTRATANTE ou ao interesse do Serviço Público;

2.3 – Emitir pareceres a respeito de todos os atos da CONTRATADA relativos à execução do contrato, em especial quanto à aplicação de sanções, alterações, prorrogações e rescisão do contrato;

2.4 – Comunicar oficialmente ao preposto da CONTRATADA quando não houver necessidade de substituição de profissional nas ocorrências de ausência temporária, como falta, gozo de férias ou afastamentos legais de qualquer natureza.

3. Cabe à CONTRATADA atender prontamente a quaisquer exigências da Fiscalização inerentes ao objeto do Contrato, sem que disso decorra qualquer ônus para a CONTRATANTE, não implicando a atividade de acompanhamento e fiscalização em qualquer exclusão ou redução da responsabilidade da CONTRATADA, inclusive perante terceiros, por qualquer irregularidade e, na ocorrência desta, tampouco a co-responsabilidade da CONTRATANTE ou de seus servidores.

4 As decisões e providências que ultrapassem a competência dos servidores designados para o acompanhamento e a fiscalização dos serviços deverão ser encaminhadas ao Administrador Regional, em tempo hábil para a adoção das medidas convenientes.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DA ATESTAÇÃO DA PRESTAÇÃO OBJETO

Caberá ao chefe do setor competente da CONTRATANTE a atestação das faturas correspondentes, com base no relatório elaborado pelo servidor devidamente autorizado.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DA DESPESA

A despesa com a prestação do serviço objeto deste contrato, no valor total de R\$ _____ (_____), mediante a emissão da nota de empenho.

Projeto/Atividade: 23.695.062.1-634 – Programa de Desenvolvimento do Turismo – Prodetur Nacional Natal

Elemento de Despesa: 3.3.90.39 – Outros serviços de terceiros – Pessoa Jurídica

Fonte: 111 e 181

Anexo: IV

CLAUSULA DÉCIMA QUINTA – DO PAGAMENTO

1. Prestados os serviços objeto deste contrato, **ou cada parcela deste**, a CONTRATADA apresentará a nota fiscal, em 02 (duas) vias, para liquidação e pagamento da despesa pelo CONTRATANTE, mediante ordem bancária creditada em conta corrente bancária do licitante vencedor, por ele fornecida, após a entrega do objeto licitado e mediante a apresentação da Nota Fiscal/Fatura, devidamente atestada pelo Órgão requisitante, o qual observará as especificações exigidas na proposta apresentada e no edital da licitação correspondente.

2. O CONTRATANTE reserva-se o direito de recusar o pagamento se, no ato da atestação os produtos fornecidos não estiverem de acordo com a especificação apresentada e aceita.

3. O CONTRATANTE poderá deduzir do montante a pagar os valores correspondentes a multas ou indenizações devidas pela CONTRATADA nos termos deste contrato.

4. Nenhum pagamento será efetuado a CONTRATADA enquanto pendente de liquidação qualquer obrigação financeira ou previdenciária, sem que isso gere direito a reajustamento de preços, atualização monetária ou outra penalidade ao CONTRATANTE.

5. O prazo de pagamento da prestação do serviço será contado a partir da data final do período de adimplemento de cada parcela.

5.1. Nos casos de eventuais atrasos de pagamento, desde que a CONTRATADA não tenha concorrido de alguma forma para tanto, fica convencionado que a taxa de atualização financeira devida pelo CONTRATANTE, entre a data acima referida e a correspondente ao efetivo adimplemento da parcela, mediante a aplicação da seguinte fórmula:

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

Onde:

EM = Encargos moratórios;

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

VP = Valor da parcela a ser paga;

I = Índice de atualização financeira

5.2. A compensação financeira prevista nesta condição será incluída na nota fiscal/fatura do mês seguinte ao da ocorrência.

CLAUSULA DÉCIMA SEXTA – DA ALTERAÇÃO DO CONTRATO

Este contrato poderá ser alterado nos casos previstos no art. 65 da Lei nº 8.666/93, desde que haja interesse da Administração do CONTRATANTE, com a apresentação das devidas justificativas, adequadas ao Edital da TOMADA DE PREÇOS nº 24.000/2014.

CLAUSULA DÉCIMA SÉTIMA – DO ACRESCIMO OU SUPRESSÃO

1. No interesse da Administração do CONTRATANTE, o valor inicial atualizado do contrato poderá ser aumentado ou suprimido até o limite de 25% (vinte e cinco por cento), conforme disposto no art. 65, parágrafo 1º e 2º da Lei 8.666/93.

1.1. A CONTRATADA fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições licitadas, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, até o limite ora previsto, calculado sobre o valor ora contratado;

1.2. Nenhum acréscimo ou supressões poderá exceder o limite estabelecido nesta cláusula, exceto as supressões resultantes de acordo entre as partes.

CLAUSULA DÉCIMA OITAVA – DAS PENALIDADES

1. O atraso injustificado no fornecimento ou na execução dos serviços ou o descumprimento das obrigações estabelecidas no contrato sujeitará a CONTRATADA à multa de 0,3% (zero virgula três por cento) por dia e por ocorrência, até o máximo de 10% (dez por cento) sobre o valor total do contrato, recolhida no prazo máximo de 15 (quinze) dias corridos, uma vez comunicada oficialmente.

2. Pela inexecução total ou parcial do objeto deste contrato, a administração do CONTRATANTE poderá, garantida a prévia defesa, aplicar à CONTRATADA as seguintes sanções:

2.1. Advertência;

2.2. Multa de 10% (dez por cento) sobre o valor total do contrato, no caso de inexecução total do objeto contratado, recolhida no prazo de 15 (quinze) dias corridos, contados da comunicação oficial;

2.3. Suspensão temporária de participar em licitação e impedimento de contratar com a administração do CONTRATANTE, pelo prazo de até 2 (dois) anos;

2.4. 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 do CONTRATANTE pelos prejuízos resultantes e após decorrido prazo da sanção aplicada com base no subitem anterior.

3. Pelos motivos que se regem, principalmente, a CONTRATADA estará sujeita às penalidades tratadas na condição anterior:

3.1. Pelo atraso na entrega dos produtos e/ou prestação dos serviços em relação aos prazos propostos e aceitos;

3.2. Pela entrega dos produtos/ prestação dos serviços em desacordo com as especificações técnicas do edital e da proposta da licitante vencedora, dentro do prazo proposto;

3.3. Pela recusa em substituir qualquer produto defeituoso ou refazer o serviço que for rejeitado, caracterizada se a substituição não ocorrer no prazo de 10 (dez) dias para os produtos e até 1 (uma) hora para os serviços, contado da data da rejeição, devidamente notificada.

4. Se o motivo ocorrer por comprovado impedimento ou por motivo de reconhecida força maior, devidamente justificado e aceito pela CONTRATADA ficará isenta das penalidades mencionadas.

5. Além das penalidades citadas, a CONTRATADA ficará sujeita, ainda ao cancelamento de sua inscrição no cadastro de fornecedores do CONTRATANTE e no que couber, às demais penalidades referidas no capítulo IV da Lei nº 8.666/93.

CLAUSULA DÉCIMA NONA – DA RESCISÃO

1. Constituem motivo para rescisão do contrato:

- a) O não cumprimento de cláusulas contratuais, especificações, projetos ou prazos;
- b) O cumprimento irregular de cláusulas contratuais, especificações, projetos e prazos;
- c) A lentidão do seu cumprimento, levando a Administração a comprovar a impossibilidade da conclusão da obra, do serviço ou do fornecimento, nos prazos estipulados;
- d) O atraso injustificado no início da obra, serviço ou fornecimento;
- e) A paralisação da obra, do serviço ou do fornecimento, sem justa causa e prévia comunicação à Administração;
- f) A subcontratação total ou parcial do seu objeto, a associação do contratado com outrem, a cessão ou transferência, total ou parcial, bem como a fusão, cisão ou incorporação, não admitidas no edital e no contrato;
- g) O desatendimento das determinações regulares da autoridade designada para acompanhar e fiscalizar a sua execução, assim como as de seus superiores;
- h) O cometimento reiterado de faltas na sua execução, anotadas na forma do § 1º do art. 67 desta Lei;
- i) A decretação de falência ou a instauração de insolvência civil;
- j) A dissolução da sociedade ou o falecimento do contratado;
- k) A alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da empresa, que prejudique a execução do contrato;
- l) Razões de interesse público, de alta relevância e amplo conhecimento, justificadas e determinadas pela máxima autoridade da esfera administrativa a que está subordinado o contratante e exaradas no processo administrativo a que se refere o contrato;
- m) A supressão, por parte da Administração, de obras, serviços ou compras, acarretando modificação do valor inicial do contrato além do limite permitido no § 1º do art. 65 desta Lei;
- n) A suspensão de sua execução, por ordem escrita da Administração, por prazo superior a 120 (cento e vinte) dias, salvo em caso de calamidade pública, grave perturbação da ordem interna ou guerra, ou ainda por repetidas suspensões que totalizem o mesmo prazo, independentemente do pagamento obrigatório de indenizações pelas sucessivas e contratualmente imprevistas desmobilizações e mobilizações e outras previstas, assegurado ao contratado, nesses casos, o direito de optar pela suspensão do cumprimento das obrigações assumidas até que seja normalizada a situação;
- o) O atraso superior a 90 (noventa) dias dos pagamentos devidos pela Administração decorrentes de obras, serviços ou fornecimento, ou parcelas destes, já recebidos ou executados, salvo em caso de calamidade pública, grave perturbação da ordem interna ou guerra, assegurado ao contratado o direito de optar pela suspensão do cumprimento de suas obrigações até que seja normalizada a situação;



PREFEITURA MUNICIPAL DO NATAL
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO ESTRATÉGICA - SEGELM
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

p) A não liberação, por parte da Administração, de área, local ou objeto para execução de obra, serviço ou fornecimento, nos prazos contratuais, bem como das fontes de materiais naturais especificadas no projeto;

q) A ocorrência de caso fortuito ou de força maior, regularmente comprovada, impeditiva da execução do contrato. Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do processo, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

r) Descumprimento do disposto no inciso V do art. 27, sem prejuízo das sanções penais cabíveis.

2. A rescisão do contrato poderá ser:

a) Determinada por ato unilateral e escrito da Administração, nos casos enumerados no subitem 15.8;

b) Amigável, por acordo entre as partes, reduzida a termo no processo da licitação, desde que haja conveniência para a Administração;

c) Judicial, nos termos da legislação;

3. A rescisão administrativa ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.

4. Quando a rescisão ocorrer sem que haja culpa do contratado, será este ressarcido dos prejuízos regularmente comprovados que houver sofrido, tendo ainda direito a:

I - devolução de garantia;

II - pagamentos devidos pela execução do contrato até a data da rescisão;

III - pagamento do custo da desmobilização.

Ocorrendo impedimento, paralisação ou sustação do contrato, o cronograma de execução será prorrogado automaticamente por igual tempo.

5. Pela inexecução total ou parcial do contrato a Administração poderá, garantida a prévia defesa, aplicar ao contratado as seguintes sanções:

I - advertência;

II - multa, na forma prevista no instrumento convocatório ou no contrato;

III - suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração, por prazo não superior a 2 (dois) 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 o contratado ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base no inciso anterior.

6. Se a multa aplicada for superior ao valor da garantia prestada, além da perda desta, responderá o contratado pela sua diferença, que será descontada dos pagamentos eventualmente devidos pela Administração ou cobrada judicialmente.

7. As sanções previstas nos incisos I, III e IV do subitem 15.13, poderão ser aplicadas juntamente com a do inciso II, facultada a defesa prévia do interessado, no respectivo processo, no prazo de 5 (cinco) dias úteis.

8. A sanção estabelecida no inciso IV do subitem 15.13 é de competência exclusiva do Ministro de Estado, do Secretário Estadual ou Municipal, conforme o caso, facultada a defesa do interessado no respectivo processo, no prazo de 10 (dez) dias da abertura de vista, podendo a reabilitação ser requerida após 2 (dois) anos de sua aplicação.

CLAUSULA VIGÉSIMA- DA VINCULAÇÃO AO EDITAL

Este contrato fica vinculado ao Edital da TOMADA DE PREÇOS nº 24.000/2014.

CLAUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA – DO FORO

Estando de comum acordo, as partes elegem o foro da Comarca de Natal/RN para dirimir qualquer dúvida judicial ou extrajudicial decorrente deste instrumento, abdicando de qualquer outro por mais privilegiado que seja.

E, por estarem em comum acordo, assinam o presente Contrato em 3 (três) vias de igual teor e forma na presença de 2 (duas) testemunhas.

Natal(RN), _____ de _____ de _____ 2014.

CONTRATADA

TESTEMUNHA

CONTRATANTE

TESTEMUNHA



ANEXO III

DECLARAÇÃO

Ref.: (identificação da licitação)

Declaramos, em atendimento ao previsto no Edital, que não possuímos em nosso quadro de pessoal empregado com menos de 18 (dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e de 16 (dezesesseis) anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, nos termos do inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal de 1988.

.....
(data)

.....
(representante legal)

(observação: em caso afirmativo, assinalar a ressalva acima)

Natal, ____ de _____ de 2014

Carimbo/Assinatura do Declarante