



Edital de Licitação Pública
Modalidade Concorrência Pública n.º 005/2023
Processo Administrativo n.º 9693/2023

O PREFEITO MUNICIPAL DO MUNICÍPIO DE NOVA SANTA RITA, no uso de suas atribuições legais e de conformidade com a Lei n.º 8.666, de 21 de junho de 1993 e suas alterações, bem como da Lei n.º 12.232, de 29 de abril de 2010, torna público, para o conhecimento dos interessados, que às **10 horas, do dia 13 do mês de julho**, do ano de 2023, no auditório desta Prefeitura, situada à Rua Hélio Fraga de Moraes Sarmento, n.º 64, se reunirá a Comissão Permanente de Licitações, com a finalidade de receber os envelopes de documentação e propostas para execução dos serviços de Publicidade.

1. OBJETO

1.1. Constitui objeto da presente licitação a **prestação dos Serviços Técnicos de Publicidade Institucional do Município de Nova Santa Rita**, nos termos do § 1º do art. 37 da Constituição da República e art. 2º da Lei n.º 12.232, de 29 de abril de 2010. Compreendem os serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integralmente que possibilite o atendimento das políticas públicas do setor relativas às campanhas institucionais, educativas e de utilidade pública que tenham por objetivo o estudo, a conceituação, a concepção, a criação interna, a intermediação e a supervisão de execução externa, a elaboração de marcas e logotipos, o planejamento de mídias publicitárias, desenvolvimento e a execução de ações promocionais e de outras ações destinadas a complementar os esforços de comunicação social, definidos no Anexo II - BRIEFING. Os serviços previstos no objeto comprem as seguintes atividades:

1.1.1. Elaboração de um Plano de Comunicação, que será avaliado e aprovado pela Assessoria de Comunicação Social do Município de Nova Santa Rita - RS;

1.1.2. Desenvolvimento de ações destinadas a fortalecer a imagem institucional do Município, de seus serviços, programas e ações, mediante o estudo, o planejamento, a concepção, a criação, a execução e a distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários na seguinte forma:

- a) programas de rádio e televisão;
- b) anúncios de publicidade a serem veiculados em emissoras de rádio, televisão, jornais, revistas, internet e meios alternativos, com abrangência local, regional, estadual e/ou nacional;
- c) pesquisa e análise dos veículos de divulgação que melhor possam comunicar as campanhas e peças publicitárias, especialmente em relação a sua natureza, área de abrangência, audiência, eficiência e custos do serviço;
- d) elaboração, criação, edição, produção e distribuição de publicações impressas, tais como panfletos, folders, *bus door*, *front light*, *mini-doors*, *outdoors* etc.

1.2. Para a execução dos serviços de publicidade, serão de responsabilidade da licitante contratada o conjunto de atividades que segue:

- a) Planejamento, conceituação, concepção de campanhas para o público interno e externos;
- b) Criação, roteirização, pré-produção, produção técnica, finalização, implementação, intermediação e supervisão da produção de todas as peças planejadas e propostas;
- c) Planejamento de mídia e não mídia para a campanha interna e externa, independente da utilização ou não dos planos sugeridos;



- d) Consultoria na distribuição das peças produzidas de acordo com o plano de mídia e não mídia;
- e) Reuniões com a equipe da Assessoria de Comunicação e gabinete estratégico vinculado ao gabinete do prefeito (a) para aprovação de cada etapa;
- f) A entrega para fins de arquivo de uma cópia em mídia digital de todo o material produzido;
- g) A guarda para solicitação, a qualquer tempo, de cópias de material produzido pela agência.
- h) A Produção e a execução técnica das peças e ou material criados pelas agências contratadas;
- i) Ao planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados à determinada ação publicitária;
- j) A criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária,
- k) em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias desenvolvidas.

1.3. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação terão a finalidade de:

- a) Gerar conhecimento sobre o “mercado” ou o ambiente de atuação da Administração pública, o público alvo, e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) Aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;
- c) Possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.4. Não se confundem com o objeto desta licitação, estando, portanto, fora da contratação, as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos;

1.5. Os serviços a serem executados deverão obedecer às Normas-Padrão da atividade publicitária, de acordo com as orientações do CENP – Conselho Executivo de Normas Padrão – órgão criado pelas entidades representativas em âmbito nacional dos Anunciantes;

1.6. A agência atuará por conta e ordem da Prefeitura de Nova Santa Rita/RS, em conformidade com o Art. 3º da Lei Federal nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução das atividades complementares a que se refere o subitem 1.3. e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão das mensagens publicitárias;

1.7. Os serviços referentes à criação/concepção das ações de publicidade não poderão ser objeto de subcontratação;

1.8. A verba destinada ao contrato administrativo de serviços de publicidade decorrente desta licitação **é de até R\$ 600.000,00 (seiscentos mil reais);**

1.9. O Critério de Julgamento adotado será **Técnica e Preço;**

1.10. A Prefeitura de Nova Santa Rita/RS se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade da verba indicada, posto que se trata de valor meramente estimativo.

2. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO



2.1. Poderão participar desta licitação todos os interessados que atenderem às condições editalícias e seus anexos;

2.2. Não poderão participar desta licitação:

2.2.1. Empresas que se encontrem sob processo de falência, concordata, concurso de credores, dissolução, liquidação ou em regime de consórcio; empresas estrangeiras que não funcionem no País, nem aquelas que tenham sido declaradas inidôneas para licitar ou contratar com a Administração Pública ou empresa suspensa de contratar com o Município de Nova Santa Rita, seus órgãos e entidades da administração indireta, enquanto perdurarem os motivos da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade;

2.2.2. Que estiver reunida em consórcio, qualquer que seja a sua forma de constituição;

2.2.3. Servidor ou dirigente do órgão licitante, de acordo com o inciso III do art. 9º da Lei n.º 8.666/93. Que tenha sócio, servidor ou dirigente de órgão ou entidade contratante ou responsável pela licitação. A vedação se estende para as hipóteses de cônjuge e demais parentes consanguíneos ou afins até o terceiro grau ou servidores municipais, bem como as pessoas ligadas a qualquer deles por matrimônio, subsistindo a proibição até seis meses depois de findas as respectivas funções;

2.2.4. É vedada a participação de licitante com mais de uma proposta;

2.2.5. Dada à natureza do objeto, fica vedada a participação do licitante na qualidade de pessoa física;

2.3. A participação na presente licitação implica, tacitamente, para o proponente:

2.3.1. A confirmação de que recebeu da comissão de licitação o INVÓLUCRO A – Plano de Comunicação Publicitária (via não identificada) e as informações necessárias à participação do certame;

2.3.2. A responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo;

2.3.3. A aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste edital e de seus anexos;

2.3.4. A observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo;

2.3.5. A licitante assume todos os custos de preparação e apresentação dos documentos de habilitação e propostas exigidos nesta Licitação, ressalvando que a Prefeitura de Nova Santa Rita/RS não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou resultado do processo licitatório.

3. APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS, PROPOSTA DE PREÇOS E DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

3.1. As propostas técnicas e de preços, assim como os documentos de habilitação, deverão ser apresentados pelas licitantes em 5 (cinco) invólucros lacrados, sendo o invólucro A da via não identificada, fornecido pela administração municipal, quando da retirada do instrumento convocatório. A proposta técnica deverá ser apresentada em três invólucros distintos, sendo um não identificado (entregue pela Administração), contendo o Plano de Comunicação Publicitária da proponente, e outros dois identificados, conforme descrito abaixo:

INVÓLUCRO A – PROPOSTA TÉCNICA (via identificada) Plano de Comunicação Publicitária



CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º
NOME E CNPJ DO PROPONENTE

INVÓLUCRO A – PROPOSTA TÉCNICA (via não identificada)
Obs: Envelope Fornecido pela Administração
CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º

INVÓLUCRO B – PROPOSTA TÉCNICA
Informações do Proponente
CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º
NOME E CNPJ DO PROPONENTE

3.2. O invólucro não identificado do Plano de Comunicação Publicitária não poderá conter qualquer tipo de marca, sinal, etiqueta, insígnia, ou outro elemento capaz de identificar o proponente. O invólucro deverá ser retirado em até 01 dia útil antes da data prevista para sessão de licitação;

3.3. A via identificada do Plano de Comunicação Publicitária (INVÓLUCRO A) conterá o mesmo teor da via não identificada, com exceção dos exemplos das peças referentes à ideia criativa, conforme § 2º do art. 9º da Lei n.º 12.232/2010;

3.4. A proposta comercial e os documentos de habilitação deverão ser apresentados em dois invólucros distintos, identificados da seguinte forma:

INVÓLUCRO C – PROPOSTA COMERCIAL
CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º
NOME E CNPJ DO PROPONENTE

3.5. O INVÓLUCRO C – Proposta Comercial deverá conter a proposta comercial da licitante, em via original, rubricada em todas as folhas e assinada na última pelo seu representante legal, com prazo de validade não inferior a 60 dias, constituída de planilha de cotações de preços de produção e veiculação de peças publicitárias, tanto em relação a mídia, quanto a não-mídia, indicando, inclusive nominalmente, os veículos de comunicação e respectivos valores/percentuais de custo de divulgação;

INVÓLUCRO D – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º
NOME E CNPJ DO PROPONENTE

3.6. O INVÓLUCRO D – Documentos de Habilitação, conterá os documentos referidos neste edital, que poderão ser apresentados em original, por qualquer processo de cópia autenticada por cartório competente ou por servidor da administração ou publicação em órgão da imprensa oficial;

3.6.1. A proponente poderá substituir os documentos de habilitação do INVÓLUCRO D por Certificado de Registro Cadastral – CRC, expedido pela administração pública, dentro do seu prazo de validade, desde que, em havendo algum documento vencido desde a data de expedição do CRC, seja o mesmo apresentado em versão atualizada. Nesta hipótese, a habilitação da proponente ficará condicionada à verificação dos seu respectivo registro, bem como à validade dos documentos cadastrais, por meio de consulta a ser realizada pela Comissão de Licitações, que certificará a regularidade do CRC nos autos da licitação.

4. PROPOSTA TÉCNICA



4.1. A proposta técnica consistirá do Plano de Comunicação Publicitária e das Informações da Proponente;

4.2. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser elaborado com base no *Briefing*, de acordo com o Anexo II deste edital, o qual compreenderá os seguintes quesitos:

4.2.1. **Raciocínio Básico:** na forma de texto, apresentando um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Município de Nova Santa Rita, a compreensão do proponente acerca do objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados. Deverá ser elaborado em no máximo 12 lauda(s) de 35 linha(s), com fonte de texto "Times New Roman", corpo 12, espaçamento entre linhas 1,5, papel tamanho A4, margens 2cm;

4.2.2. **Estratégia de Comunicação Publicitária:** sob a forma de texto, apresentando as linhas gerais da proposta, o partido temático e o conceito que, de acordo com o raciocínio básico, fundamentam a solução do problema específico de comunicação, com a exposição dos principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida pela proponente, especialmente em relação ao método de comunicação, público alvo, instrumentos, ferramentas e meios de comunicação. Deverá ser elaborado em no máximo 12 lauda(s) de 35 linha(s), com fonte de texto "Times New Roman", corpo 12, espaçamento entre linhas 1,5, papel tamanho A4, margens 2 cm;

4.2.3. **Ideia Criativa:** na forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do licitante aos desafios e metas por ele explicitado na estratégia de comunicação publicitária. As peças a serem apresentadas serão limitadas a três peça(s) para cada um dos seguintes meios: jornal, revista, cartaz, *folder*, rádio, televisão, *outdoor* e internet;

4.2.4. **Estratégia de mídia e não-mídia:** apresentação da simulação de planos de distribuição das peças de que trata o item 4.2.3, sob a forma de texto de, no máximo, 12 lauda(s), em folha de tamanho A4, de 35 linha(s) cada, com fonte de texto "Times New Roman", corpo 12, espaçamento entre linhas de 1,5, demonstrando a capacidade da estratégia de comunicação publicitária sugerida pelo proponente para atingir os públicos prioritários das campanhas, permitida a inclusão, como anexos, de tabelas e gráficos que não serão computados no limite máximo de páginas;

4.2.5. No caso de não mídia, também deverão ser explicitadas as quantidades a serem produzidas de cada peça;

4.2.6. Na simulação de plano de distribuição das peças propostas, os preços de mídia devem ser os de tabela cheia dos veículos;

4.3. O **INVÓLUCRO B** – Informações do Proponente deverá conter as informações sobre a Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação do proponente, da seguinte forma explicitados:

4.3.1. **Capacidade de atendimento**, demonstrada por meio de:

a) relação nominal dos principais clientes atendidos pela proponente, com a especificação do período de atendimento de cada um deles;

b) descrição da estrutura de atendimento e serviços a serem disponibilizados para a execução do contrato administrativo de serviços publicitários, pela proponente, tudo acompanhado dos respectivos contatos telefônicos e eletrônicos.

c) quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (contendo, no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas específicas e quantidades mínimas, que deverão contemplar, no mínimo:

d) quantificação e qualificação dos profissionais da proponente que permanecerão disponíveis para a execução do contrato, discriminados de acordo com os serviços de atendimento, planejamento, criação, produção, mídia, administrativo e financeiro;



e) sistemática de atendimento, discriminadas as obrigações a serem cumpridas pelo serviço de atendimento da proponente para execução do contrato, inclusive em relação a prazos, em dias úteis, a serem cumpridos em condições normais de trabalho para a criação de peça avulsa ou campanha, produção de publicidade e elaboração de plano de mídia;

f) estratégia para continuidade dos serviços de atendimento, no caso de substituição do profissional responsável.

g) atestado(s) emitido(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que comprove(m) que a proponente executou ou está executando, a contento, serviços de natureza publicitária, similares ao objeto da presente licitação, com indicação clara do cargo ou função da pessoa que assina o atestado, bem como da identificação do tomador dos serviços (razão social, CNPJ e endereço da sua sede);

4.3.2. Repertório, com a apresentação, na forma de peças e respectivas fichas técnicas, do conjunto de trabalhos concebidos e veiculados pela proponente, podendo ser apresentadas até três peça(s), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou características de cada uma, desde que acompanhadas de ficha técnica, com indicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver, seu título, data de produção, período de veiculação/exposição e menção de pelo menos um veículo de comunicação que a divulgou;

4.3.3. Relatos de soluções de problemas de comunicação, devendo ser apresentados até dois casos, com exposição das soluções de problema de comunicação, referendados pelos respectivos contratantes/anunciantes, sendo vedada a apresentação de ações de comunicação solicitadas e/ou contratadas pelo Município de Nova Santa Rita, limitados estes a 12 lauda(s), em folha de tamanho A4, de 35 linha(s) cada, com fonte de texto "Times New Roman", corpo 12, espaçamento entre linhas de 1,5;

4.3.4. A critério do Município de Nova Santa Rita, a campanha publicitária da proposta vencedora poderá ou não ser produzida e veiculada, com ou sem modificações, na vigência do futuro contrato administrativo.

5. PROPOSTA COMERCIAL

5.1. O INVÓLUCRO C deverá conter:

a) proposta financeira, rubricada em todas as páginas e assinada na última, pelo representante legal da empresa, mencionando o preço global para a execução do serviço objeto desta licitação, onde deverão estar incluídos todos os custos com material, mão-de-obra, impostos, taxas, contribuições sociais, lucro do empreendimento etc.;

b) planilha de quantitativos e custos unitários, a serem executados durante a vigência do contrato administrativo, sujeito a valoração contendo as seguintes informações:

I. percentual de desconto a ser concedido sobre os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Rio Grande do Sul, a título de custos internos dos serviços a serem executados;

II. percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes a produção e a execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, conforme art. 11 da Lei n.º 4.680/1965;

III. percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens, de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual.



Observação 1: O prazo de validade da proposta é de 60 dias a contar da data apazada para a sua entrega.

Observação 2: Quaisquer inserções na proposta que visem modificar, extinguir ou criar direitos, sem previsão no edital, serão tidas como inexistentes, aproveitando-se a proposta no que não for conflitante com o instrumento convocatório.

5.2. A proposta de preços deverá ser apresentada em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente –, com clareza, sem emendas ou rasuras, ser datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado;

5.3. A participação nesta licitação, com a respectiva apresentação de proposta de preços pelos interessados, implica, para a vencedora do certame, quando da execução do contrato, na assunção do compromisso de envidar esforços no sentido de obter as melhores condições de preços nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e serviços especializados, assim como em relação aos veículos de comunicação, quando for o caso, transferindo à Administração Municipal todas as vantagens obtidas;

5.4. Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob qualquer pretexto, especialmente sob a alegação de erro ou omissão.

6. DA HABILITAÇÃO

6.1. Para a habilitação, a licitante deverá apresentar no **INVÓLUCRO D**:

6.1.1. Declaração que atende ao disposto no artigo 7º, inciso XXXIII, da Constituição Federal, conforme o modelo do Decreto Federal n.º 4.358/02;

6.1.2. Declaração de que não está temporariamente suspensa de participar em licitação e impedida de licitar e contratar com a administração; e de que não foi declarada inidônea para licitar ou contratar com a administração pública e de cumprimento do art. 27, inciso V, da Lei Federal n.º 8.666/93 - Anexo III;

6.1.3. Declaração de disponibilidade das instalações, dos equipamentos e do pessoal técnico adequados pela execução do objeto da licitação - Anexo IV;

6.1.4. HABILITAÇÃO JURÍDICA:

- a) Registro comercial, no caso de empresa individual;
- b) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;
- c) Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

6.1.5. REGULARIDADE FISCAL:

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ/MF);
- b) Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes do Município ou do Estado, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividades;
- c) Prova de regularidade com a Fazenda Federal (Certidão Negativa de Débito de Tributos e Contribuições Federais expedida pela Secretaria da Receita Federal e Certidão Negativa de Débitos quanto à dívida ativa da União, expedida pela Procuradoria Geral da Fazenda Nacional), estadual e Municipal, sendo a última do domicílio ou sede do licitante;



d) Prova de regularidade relativa à Seguridade Social, demonstrando situação regular no cumprimento dos encargos sociais instituídos em lei;

e) Prova de regularidade junto ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS);

6.1.6. REGULARIDADE TRABALHISTA:

a) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943;

6.1.7. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA:

a) Comprovação de aptidão para desempenho de atividades pertinentes e compatível em características, quantidades e prazos com o objeto da licitação, através de atestado fornecido por pessoa jurídica de direito público ou privado contratante do serviço;

b) Certificado de qualificação técnica de funcionamento previsto no art. 4º da Lei n.º 12.232/2010, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

6.1.8. DOCUMENTOS RELATIVOS À QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA:

a) Certidão Negativa de Falência ou Concordata, expedida pelo distribuidor da sede da empresa, com prazo de validade de até 60 (sessenta) dias contados da data anterior à abertura da licitação, caso não conste expresso no documento o prazo de validade;

b) Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentadas na forma da Lei que comprovem a boa situação financeira da licitante, vedada sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de 03 meses da data de apresentação da proposta. Com base nos dados extraídos do balanço será avaliada a capacidade financeira da licitante;

c) Os índices de Liquidez Geral (LG) e Solvência Geral (SG) devem ser iguais ou maiores que 1,00. O índice de Liquidez Corrente (LC) deve ser igual ou maior que 0,15. O índice de Endividamento (IE) deve ser igual ou menor que 0,80. Tais índices são resultantes da aplicação das seguintes fórmulas:

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

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

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

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



- I. Não Serão consideradas em “boa situação financeira”, para fins de habilitação financeira, as empresas que não alcançarem os índices acima referidos;
 - II. O cálculo destes indicadores deverá ser apresentado em documento, anexo ao balanço, devidamente assinado pelo contador;
 - III. Se houver a atualização do Patrimônio Líquido, deverá ser apresentado o memorial do cálculo correspondente;
- a) A documentação necessária para a comprovação da capacidade econômico-financeira da licitante será constituída pelas demonstrações contábeis constantes do balanço patrimonial, demonstração de resultado do exercício e notas explicativas, referente ao último exercício encerrado. No caso das Sociedades Anônimas ou de empresas que publicarem seus balanços na forma da Lei 6404/76, deverá ser apresentada a publicação no Diário Oficial. Para as demais empresas, as demonstrações contábeis deverão apresentar comprovação de registro no órgão competente;
 - b) As empresas que não tenham concluído seu primeiro exercício social deverão apresentar o balanço de abertura contendo todos os fatos contábeis relativos à instalação da nova empresa, certificado por contador devidamente inscrito no órgão de classe correspondente;
 - c) O balanço de abertura apresentado deverá estar registrado no órgão competente;
 - d) Quando se tratar de empresa individual ou sociedade limitada, a Administração se reservará o direito de exigir a apresentação do livro diário onde as demonstrações contábeis foram transcritas;
 - e) A documentação necessária para comprovação da capacidade econômico-financeira constituir-se-á:

6.1.6.1 **Para as Sociedades Anônimas**, a publicação do Diário Oficial (de maneira legível):

- a) das demonstrações contábeis exigidas pela Lei nº. 6404/1976, inclusive notas explicativas;
- b) ata da assembleia geral que aprovou as demonstrações contábeis.
- c) do parecer dos auditores independentes.
- d) para atendimento do item “b” em substituição a publicação no Diário Oficial, será aceito a cópia autenticada da ata da assembleia geral que aprovou as demonstrações contábeis com o devido registro na Junta Comercial.
- e) para atendimento do item “c” as companhias de capital fechado apresentarão o parecer dos auditores independentes, se houver.

6.1.6.2 **Para as demais sociedades:**

6.1.6.2.1 As **empresas com escrituração digital** deverão apresentar: impressão do arquivo gerado pelo SPED Contábil constante na sede da empresa, apresentando:

- a) Termo de Autenticação com a identificação do Autenticador - Junta Comercial (impresso do arquivo SPED Contábil);
- b) Termo de Abertura e Encerramento (impresso do arquivo SPED Contábil);
- c) Balanço Patrimonial (impresso do arquivo SPED Contábil);
- d) Demonstração do Resultado do Exercício (impresso do arquivo SPED Contábil);
- e) Campo J800 com as Notas Explicativas.

OBS 1: Para a sociedade limitada poderá ser apresentada cópia autenticada da



publicação em Diário Oficial das demonstrações contábeis de maneira legível (letra “c”, “d” e “e”) em substituição ao SPED Contábil (letras “a”, “b”, “c”, “d” e “e”).

6.1.6.2.2 As **empresas com escrituração em meio papel** deverão apresentar: cópia autenticada das páginas do livro diário devidamente registrado no órgão competente, como segue:

- a) Termos de abertura e encerramento;
- b) Balanço Patrimonial;
- c) Demonstrações do Resultado do Exercício;
- d) Notas Explicativas.

6.1.6.3 Comprovação de Patrimônio Líquido de 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação, admitida a sua atualização para a data da proposta, através de índices oficiais, de acordo com o §3º, do artigo 31, da Lei 8.666/93.

7. CRITÉRIOS DE ACEITABILIDADE E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

7.1. As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por 3 (três) membros;

7.2. As propostas técnicas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos;

7.3. A proposta técnica terá como nota máxima 100 (cem) pontos, de acordo com os seguintes critérios:

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
ENVELOPE A - PLANO DE COMUNICAÇÃO		60,00%
I	Raciocínio Básico	10
II	Estratégia de Comunicação Publicitária	20
III	Ideia Criativa	20
IV	Estratégia de Mídia e Não Mídia	10
ENVELOPE B - INFORMAÇÕES DA PROPONENTE		40,00%
I	Capacidade de atendimento	20
II	Repertório	10
III	Relatos de soluções de problemas de comunicação	10

7.4. As propostas técnicas serão pontuadas individualmente pelos membros da subcomissão técnica, que, para apuração do resultado das notas finais de cada quesito, realizarão a média aritmética das avaliações individuais;

7.4.1. Se na avaliação de um quesito ou subquesito a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima definida neste edital, os membros da subcomissão reavaliarão a nota atribuída, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações;

7.4.2. Caso os avaliadores das pontuações destoantes entenderem por não retificar a nota atribuída, deverão registrar suas justificativas em ata, que será assinada por todos os membros da subcomissão técnica;

7.4.3. A pontuação final da proposta técnica corresponderá a soma das notas de cada quesito;



7.5. Será classificado, em primeiro lugar, quanto ao julgamento das propostas técnicas, a proponente que obtiver a maior pontuação na soma das notas dos quesitos;

7.6. Em caso de empate será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação nos quesitos correspondentes ao Plano de Comunicação Publicitária;

7.7. Se após o procedimento do item anterior (7.6) persistir o empate das propostas técnicas, o desempate será realizado por sorteio, em ato público, conforme § 2º do art. 45 da Lei n.º 8.666/1993;

7.8. Serão desclassificadas as propostas técnicas que deixarem de atender as exigências deste edital, especialmente nos casos de:

a) houver aposição, na via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, de marca (inclusive dobraduras), sinal, impresso ou qualquer outro elemento que, de alguma forma, possa identificar o licitante proponente;

b) obtiver nota zero em qualquer dos quesitos técnicos;

c) não obtiver, no somatório final dos quesitos, a nota mínima de 50 pontos.

7.9. De acordo com o § 2º do art. 6º da Lei n.º 12.232/2010, se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica prevista no § 1º do art. 10 da Lei n.º 12.232/2010, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º da Lei n.º 12.232/2010 (identificação do INVÓLUCRO A – Plano de Comunicação Publicitária (via não identificada));

7.10. A subcomissão técnica elaborará ata de julgamento do plano de comunicação publicitária e encaminhará à Comissão Especial de Licitação, juntamente com as propostas técnicas, planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso. A ata deverá conter inclusive a análise individualizada e julgamento dos quesitos, inclusive nos casos de desclassificações;

7.11. Realizada a publicação da pontuação referente à proposta técnica, será agendado dia/horário/local para continuidade dos trabalhos, conforme processamento disciplinado no item 9 deste edital.

8. CRITÉRIOS DE ACEITABILIDADE E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS COMERCIAIS

8.1. As propostas comerciais serão analisadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste edital e em seus anexos.

8.2. Será desclassificada a proposta comercial que contiver qualquer condição para prestação dos serviços objeto desta licitação e/ou consignar valor superior ao da verba destinada à contratação administrativa, preços globais ou unitários simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços praticados no mercado;

8.3. A proposta comercial terá como nota máxima 100 (cem) pontos, de acordo com os seguintes critérios:

DESCONTO/HONORÁRIOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PARCIAIS
---------------------	------------------	----------



Percentual de desconto a ser concedido sobre os serviços a serem executados pela contratada (alínea 'b.1' item 5.1)	1,0 X ____%	P1 = ____
Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição <u>não</u> proporcione ao licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação (alínea 'b.2' item 5.1)	(-) 0,5 X ____%	P2 = (-) ____
Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores (alínea 'b.3' item 5.1)	(-) 0,5 X ____%	P3 = (-) ____
CÁLCULO DA NOTA FINAL: (+P1) + (-P2) + (-P3) = ____ X 100 = PONTUAÇÃO DA PROPOSTA COMERCIAL (PPC)		
Observação: para efeito de cálculo das notas de cada licitante, os termos desconto e honorários serão substituídos nas fórmulas da coluna "Pontuação máxima" pelas respectivas percentagens que constarem na planilha de quantitativos e custos do licitante, sem o símbolo %.		

8.4. A nota final da proposta comercial será obtida a partir do somatório das notas de cada um dos quesitos constantes da tabela referida no item 8.3.

8.5. A proposta de preços que obtiver o maior somatório de pontos será considerada como a de menor preço.

9. DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E COMERCIAIS

9.1. As licitantes serão classificadas em ordem decrescente de pontuação, aferida mediante a aplicação da seguinte fórmula:

$$(PPT \times 50\%) + (PPC \times 50\%) = \text{PONTUAÇÃO FINAL}$$

Considerando-se:

PPT – Pontuação da Proposta Técnica, aferida conforme item 7 deste edital

PPC – Pontuação da Proposta Comercial, aferida conforme item 8 deste edital

9.2. Ocorrendo empate na classificação de duas ou mais licitantes, será utilizado como critérios de desempate, de acordo com o § 2º do art. 3º da Lei n.º 8.666/1993, a preferência aos bens e serviços, sucessivamente:

a) produzidos no País;

b) produzidos ou prestados por empresas brasileiras;

c) produzidos ou prestados por empresas que invistam em pesquisa e no desenvolvimento de tecnologia no país.

9.3. Se após o procedimento previsto no item 9.2 persistir a situação de empate, o desempate será realizado mediante sorteio, em ato público, para o qual serão convocados os licitantes.

10. DO PROCESSAMENTO



10.1. A presente licitação será processada e julgada por comissão própria, designada especificamente para este fim pela autoridade superior, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas, que serão efetuados por subcomissão técnica;

10.2. Serão lavradas atas circunstanciadas de todas as reuniões, as quais serão assinadas pelos membros da Comissão de Licitação ou da Subcomissão Técnica, conforme o caso, e pelos representantes das licitantes presentes;

10.3. A sessão pública de recebimento e abertura dos envelopes terá início no dia, hora e local designados no preâmbulo deste edital, onde serão apresentados, pelos interessados, os invólucros contendo as propostas de preço e as propostas técnicas, sendo estas últimas em 3 (três) invólucros distintos, um com a via não identificada do plano de comunicação publicitária e outro com o mesmo conteúdo, devidamente identificado, bem como os documentos de habilitação:

10.3.1. A comissão de licitações realizará o exame da conformidade dos invólucros com os critérios especificados neste edital, registrando em ata as condições de apresentação dos mesmos.

10.3.2. Os integrantes da subcomissão técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos invólucros contendo as propostas técnicas e de preços.

10.4. A comissão de licitações abrirá o invólucro contendo a via não identificada do plano de comunicação publicitária e o INVÓLUCRO B, contendo os documentos referentes à capacidade de atendimento, o repertório e o relato de soluções de problemas de comunicação, rubricando todos os documentos:

10.4.1. A Comissão de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do plano de comunicação publicitária;

10.5. A comissão de licitações rubricará o fecho dos envelopes que contêm a via identificada do plano de comunicação publicitária e a proposta de preços (INVÓLUCROS A e C);

10.6. Os invólucros contendo as vias não identificadas dos planos de comunicação publicitária serão encaminhados à subcomissão técnica, para análise individualizada e julgamento dos planos de comunicação publicitária, elaboração da respectiva ata e encaminhamento à Comissão de Licitação da planilha com as pontuações, acompanhada das justificativas escritas que as fundamentaram em cada caso;

10.7. Com o recebimento da ata do julgamento realizado pela subcomissão técnica das vias não identificadas dos planos de comunicação publicitária, a Comissão de Licitações encaminhará à subcomissão técnica os **INVÓLUCROS B**, contendo a capacidade de atendimento, o repertório e os relatos de soluções de problemas de comunicação para análise individualizada e julgamento, com a elaboração da respectiva ata e posterior encaminhamento à Comissão de Licitação da planilha com as pontuações e da justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

10.8. A Comissão de Licitações se reunirá em sessão pública para apuração do resultado geral das propostas técnicas, adotando, para tanto, o seguinte procedimento:

a) abertura do **INVÓLUCRO A**, com a via identificada do plano de comunicação publicitária e cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;

b) elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica;

c) julgamento geral das propostas técnicas, registrando-se em ata a ordem de classificação, bem como as propostas desclassificadas, se houver.



10.9. Após o julgamento das propostas técnicas, a Comissão de Licitações realizará, em sessão pública, a abertura dos INVÓLUCROS C, contendo as propostas de preços, examinando preliminarmente o atendimento das exigências estabelecidas neste edital, rubricando-as em todas as folhas, para posterior julgamento;

10.10. Após a classificação das propostas de preço, a Comissão de Licitações, de acordo com os critérios de julgamento, item 9 deste edital, elaborará a respectiva planilha com as pontuações de cada licitante, para fins de apuração e classificação geral das propostas, cujos resultados serão consignados em ata;

10.11. Os licitantes classificados no julgamento final das propostas técnicas e de preços serão convocados para, em sessão pública, a abertura dos INVÓLUCROS D, contendo os documentos de habilitação, que serão examinados quanto ao atendimento das exigências estabelecidas neste edital, de acordo com o item 6 e respectivos subitens, procedendo-se o julgamento da fase de habilitação;

10.12. A Comissão de Licitações, após a classificação geral das propostas técnicas e de preços, bem como do julgamento relativo à fase de habilitação do certame, declarará o licitante vencedor, submetendo o processo à autoridade superior para homologação do certame e adjudicação do seu objeto.

11. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

11.1. As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos 1/3 (um terço) deles não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Administração Municipal.

11.2. A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o dobro do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Administração Municipal.

11.3. A relação dos nomes referidos nos subitens 11.1 e 11.2 será publicada na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias anteriores à data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

11.4. Para os fins do cumprimento do disposto na Lei n.º 12.232/2010, até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar os nomes da relação à que se referem os subitens 11.1 e 11.2, mediante recurso escrito;

11.5. Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na subcomissão técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente;

11.6. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto no art. 10 da Lei n.º 12.232/2010;

11.6.1. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 11.2;

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

11.7. A sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no § 4º do art. 10 da Lei n.º 12.232/2010 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado;



11.8. O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da subcomissão técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com a Administração Municipal, nos termos dos §§ 1º, 2º e 3º do art. 10 da Lei n.º 12.232/2010;

12. DOS RECURSOS

12.1. Os pedidos de impugnação devem ser protocolados junto ao Protocolo Geral, na Rua Hélio Fraga de Moraes Sarmento, 241, Bairro Centro **ou** pelo site novasantarita.atende.net, opção **CADASTRE-SE**. Caso o licitante já possua cadastro, clicar no botão **AUTOATENDIMENTO/ABERTURA DE PROTOCOLO**, na opção **ASSUNTO** procurar por **Secretaria Municipal de Compras Públicas - SMCP**, no **SUB ASSUNTO** selecionar a opção desejada;

12.2. Dos atos da Administração caberão os recursos previstos no artigo 109 da Lei Federal n.º 8.666/93, a ser dirigido a Sr. Prefeito Municipal de Nova Santa Rita, através da Comissão de Licitações, encaminhados junto a Central de Licitações, sito à Av. Nova Santa Rita, 1135, 2ª andar, Bairro Centro, Nova Santa Rita/RS ou pelo site novasantarita.atende.net, opção CADASTRE-SE. Caso o licitante já possua cadastro, clicar no botão **AUTOATENDIMENTO/ABERTURA DE PROTOCOLO**, na opção **ASSUNTO** procurar por **Secretaria Municipal de Compras Públicas - SMCP**, no **SUB ASSUNTO** selecionar a opção desejada;

12.3. Interposto, o recurso será comunicado aos demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo de 05 (cinco) dias úteis;

12.4. A notificação dos atos da Comissão de Licitação será feita mediante publicação no site novasantarita.atende.net, aba licitações;

12.5. Não serão aceitos impugnações e/ou recursos administrativos interpostos via fax e/ou e-mail e/ou desprovidos das formalidades previstas nos itens supra;

12.6. Em todas as fases da presente licitação, serão observadas as normas previstas nos incisos, alíneas e parágrafos do art. 109 da Lei n.º 8.666/1993.

13. DOS PRAZOS

13.1. Esgotados todos os prazos recursais, a Administração convocará o vencedor para prestar a garantia contratual prevista neste edital e assinar o contrato, sob pena de decair do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no art. 81 da Lei n.º 8.666/1993;

13.2. O prazo de vigência do contrato será de 12 meses, a contar de sua assinatura, podendo ser prorrogado, a critério da Administração e com a anuência da contratada, nos termos do art. 57, inciso II, da Lei n.º 8.666/1993.

14. DA GARANTIA

14.1. No prazo de dez dias úteis, a contar da assinatura do contrato a licitante vencedora deverá apresentar garantia, em uma das modalidades previstas no art. 56, § 1º, incisos I, II e III, da Lei n.º 8.666/93, correspondente a 5 % (cinco por cento) do valor contratado.

15. DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

15.1. Os pagamentos serão efetuados em até 30 (trinta) dias após a entrada da Nota Fiscal/Fatura (Protocolo ICMS 42/2009) correspondente na Secretaria Municipal da Finanças Públicas acompanhada de termo de recebimento e medições assinado pelo Gestor ou servidor por ele designado, anexadas as Certidão Conjunta de Dívida Ativa da União e Tributos Federais, Certidão Negativa de FGTS;

15.2. As despesas decorrentes da contratação, estimadas para o período de vigência do contrato (12 meses), oriundas desta licitação, correrão à conta da seguinte dotação orçamentária:



Órgão: 02 Gabinete do Prefeito

Unidade: 001 - Órgãos Subordinados

Ação: Ação: 2003 - Manutenção Gabinete do Prefeito

Vínculo: 05000001 – Recurso Livre

Referência: 16 – 33390390000000000000 - Outros serviços de Pessoas Jurídicas

Órgão: 09

16. DA FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

16.1. O acompanhamento, a fiscalização, o recebimento e a conferência do objeto desta licitação, serão realizadas pela servidora Franceli Stefani, Diretora de Comunicação, Matrícula 5009164.

17. DAS PENALIDADES

17.1. Por atraso na execução do objeto e/ou na substituição do(s) objeto(s) que for(em) rejeitados pela fiscalização, fica a CONTRATADA sujeita à multa de 0,3% (três décimos por cento) por dia de atraso, a ser calculada desde o primeiro dia de atraso até o efetivo cumprimento da obrigação, limitado a 10 (dez) dias;

17.2. Multa de 15% (quinze por cento):

- a) por inexecução parcial do serviço;
- b) por irregularidades consideradas relevantes pela fiscalização dos serviços;
- c) por atraso na entrega e/ou substituição do(s) equipamento(is) que for(em) rejeitado (s) pela fiscalização, por prazo superior a 10 (dez) dias e limitado a 20 (vinte) dias;

17.3. Multa de 20% (vinte por cento):

- a) por inexecução total do serviço;
- b) por atraso na entrega e/ou substituição do(s) objeto(s) que for(em) rejeitado pela fiscalização por prazo superior a 20 (vinte) dias;
- c) Transcorridos 30 (trinta) dias do prazo de entrega do objeto e/ou substituição do(s) equipamento(s) que for(em) rejeitados pela fiscalização, poderá ser aplicada a multa de 25% (vinte e cinco por cento) por inexecução total;

17.4. A ocorrência das hipóteses previstas nos itens supra, a CONTRATADA, além da aplicação da multa, por aplicação das disposições contidas na Lei nº 8.666/93, sofrerá as seguintes penalidades, da seguinte forma:

a) Suspensão de participar em licitação e impedimento de contratar com a Administração, pelo prazo de 01 ano, por inexecução parcial dos serviços;

b) Suspensão de participar em licitação e impedimento de contratar com a Administração, pelo prazo de até 02 anos, e 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, por inexecução total da Ata;

17.5. Quem convocado dentro do prazo de validade da sua proposta financeira, não celebrar a assinatura do contrato e/ou recusar a receber a Nota de Empenho (ou outro instrumento hábil expedido pela Administração, conforme Art. 62, caput e §2º, da Lei Federal n.º 8.666/93), deixar de entregar ou apresentar documentação falsa exigida para a licitação, ensejar o retardamento da execução de seu objeto, não mantiver a proposta, falhar ou fraudar na execução do Contrato / Nota de Empenho (ou outro instrumento hábil expedido pela Administração, conforme Art. 62, caput e §2º, da Lei Federal n.º 8.666/93), comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude



fiscal, ficará impedido de licitar e contratar com o Município pelo prazo de até 02 anos, bem como sujeito à multa de 25%, aplicada sobre o valor total da Proposta Financeira no instrumento contratual (Nota de Empenho ou outro instrumento hábil expedido pela Administração, conforme Art. 62, caput e §2º, da Lei Federal n.º 8.666/93), atualizado;

17.6. As penalidades serão calculadas sobre o valor total do contrato.

18. DO REAJUSTE E RESCISÃO DO CONTRATO

18.1. Após o interregno de 01 (um) ano da apresentação da proposta, os preços contratuais poderão ser reajustados em conformidade com as disposições da Lei nº 10.192/2001 pelo índice IGP-M relativo ao período;

18.2. Os preços oferecidos poderão ser ajustados de acordo com artigo 65 da Lei Federal 8.666/93;

18.3. Do contrato a ser assinado com o vencedor da presente licitação, além das condições constantes deste edital, constarão as cláusulas necessárias previstas no art. 55 e a possibilidade de rescisão, na forma determinada nos artigos 77 a 79, todos da Lei n.º 8.666/1993, assim como as disposições dos arts. 13 ao 17 da Lei n.º 12.232/2010.

19. DAS CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO CONTRATUAL

19.1. O licitante vencedor, a partir da homologação e adjudicação desta licitação, fica obrigado a prestar os serviços de publicidade definidos neste edital, atuando por conta e ordem do Município contratante, em conformidade com o art. 3º da Lei n.º 4.680/1965, inclusive na contratação de fornecedores de bens e prestadores de serviços especializados, para a execução de atividades complementares;

19.2. A agência de publicidade contratada só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem do Município, se previamente os identificar e tiver sido por eles expressamente autorizada, conforme disposto no § 2º do art. 4º da Lei n.º 12.232/2010;

19.3. É permitido à agência de publicidade subcontratar a execução de serviços complementares, na forma do § 1º do art. 2º e nos termos do art. 14 e seguintes, todos da Lei n.º 12.232/2010;

19.4. São obrigações da agência de publicidade contratada:

19.4.1. Operar como organização completa e prestar os serviços contratados com elevada qualidade, centralizando o comando da publicidade do Município contratante em seu escritório;

19.4.2. Utilizar, na elaboração dos serviços de publicidade, os profissionais indicados na Proposta Técnica apresentada nesta licitação, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida a substituição destes por profissionais com experiência equivalente ou superior, desde que prévia e formalmente aprovado pelo Município;

19.4.3. Envidar esforços para obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores, prestadores de serviços e veículos de comunicação, transferindo ao Município as vantagens obtidas:

a) pertencem ao Município as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da agência de publicidade contratada, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículos de divulgação, excetuando-se desta previsão os planos de incentivo, conforme art. 18 da Lei n.º 12.232/2010;

b) a agência de publicidade contratada não poderá sobrepor os planos de incentivo aos interesses do Município, preterindo veículos de comunicação e de divulgação que não os



concedam, ou ainda priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha dos veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados;

19.5. A agência de publicidade contratada deverá observar as seguintes condições para contratações de fornecimentos de bens e prestação de serviços especializados decorrentes desta licitação:

a) fazer cotações prévias de preços para todos os bens e serviços a serem prestados por terceiros;

b) só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados junto ao Município, na forma do art. 14 e seguintes da Lei n.º 12.232/2010;

c) apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre integrantes do cadastro de fornecedores que atuem no ramo do mercado pretendido;

d) exigir do fornecedor ou prestador de serviços que conste da cotação apresentada, além da sua identificação completa, o descritivo de bens ou serviços, suas especificações e seus valores unitários e total;

e) exceto nos casos de compra de mídia, em todas as demais contratações de terceiros, observar os procedimentos definidos nos §§ 2º e 3º da Lei n.º 12.232/2010 para conhecimento das cotações de orçamentos;

f) submeter à prévia e formal aprovação do Município requisições de contratação de terceiros e de autorização de despesas relativas ao fornecimento de bens, à prestação de serviços e veiculação de mídia, relacionadas ao objeto do contrato.

19.5.1. Encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir acervo do Município, sem ônus, cópia de todo o material produzido, preferencialmente em mídia eletrônica, com arquivos em alta resolução, abertos e ou finalizados;

19.5.2. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas (folhetos, cartazes, mala-direta etc.), aprovados pelo Município;

19.5.3. Entregar ao Município, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com dados mais relevantes para avaliação do seu estágio;

19.5.4. Manter, durante toda a execução contratual, as condições de habilitação exigidas nesta licitação, inclusive o certificado de qualificação técnica de funcionamento obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, conforme o § 1º do art. 4º da Lei n.º 12.232/2010;

19.5.5. Apresentar, durante a execução contratual, documentos que comprovem o cumprimento de obrigações tributárias, previdenciárias e trabalhistas, em cumprimento ao art. 71 da Lei n.º 8.666/1993;

19.5.6. Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionados com os serviços publicitários contratados;

19.6. Pelos serviços efetivamente prestados à agência de publicidade contratada receberá o pagamento do preço, nas condições da proposta apresentada nesta licitação;

19.7. A agência de publicidade contratada não receberá nenhum valor pelos leiautes, roteiros e similares reprovados pelo Município;

19.8. A agência de publicidade contratada não terá direito a qualquer remuneração sobre os custos de serviços realizados por fornecedores ou prestadores de serviços referentes à



produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto padrão concedido por veículos de divulgação;

19.9. Despesas com deslocamentos de profissionais da agência de publicidade contratada ou de seus representantes serão de sua exclusiva responsabilidade;

19.10. Para fins de comprovação dos serviços prestados, a contratada deverá apresentar a fatura correspondente às publicações e/ou veiculações efetivadas, devidamente autorizadas pela Diretoria de Comunicação Municipal e Fiscal do Contrato, bem como os comprovantes de quitação dos serviços de terceiros tomados no mês anterior, de acordo com a proposta de preços apresentada nesta licitação;

19.11. Para o efetivo pagamento, as faturas deverão se fazer acompanhar da guia de recolhimento das contribuições para o FGTS e o INSS relativas aos empregados utilizados na prestação do serviço:

19.11.1. Serão processadas as retenções previdenciárias nos termos da lei que regula a matéria;

19.12. A agência de publicidade cederá ao Município os direitos patrimoniais do autor das ideias, estudos, análises, planos, campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência do contrato celebrado com o Poder Público;

19.13. Os custos da cessão de direitos patrimoniais são considerados inclusos nas modalidades de remuneração constantes da Proposta Comercial apresentada nesta licitação;

19.14. O Município se resguarda o direito de utilizar e reutilizar referidos direitos patrimoniais diretamente ou por meio de terceiros, sem que disso decorra qualquer pagamento à agência de publicidade contratada, seus empregados, prepostos ou fornecedores;

19.15. As contratações de terceiros das quais decorram direitos autorais ou conexos, efetuadas pela agência de publicidade contratada, observarão, além do procedimento descrito neste edital, a exigência de que as cotações de preços sejam acompanhadas das condições de cessão de direitos patrimoniais ao Município, no mínimo por prazo igual ao da vigência do contrato derivado desta licitação:

19.15.1. Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos sempre será considerada como já incluída no custo de produção da peça publicitária;

19.15.2. A agência de publicidade contratada se obriga a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, os custos de cachês, de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão de demais direitos patrimoniais de autor e conexos;

19.15.3. A agência de publicidade contratada se obriga a fazer constar nos ajustes que vier a celebrar com terceiros, nos casos de tomadas de imagens e/ou sons, sob a forma de reportagens, documentários, áudios e similares, cláusula de cessão de direitos patrimoniais do material ao Município, que poderá utilizar referidos direitos, direta ou indiretamente, pelo prazo da vigência do contrato decorrente desta licitação, sem que disso decorra ao titular qualquer remuneração ou indenização;

20. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

20.1. Não serão consideradas as propostas que deixarem de atender qualquer das disposições do presente edital;

20.2. Em nenhuma hipótese serão aceitos quaisquer documentos ou propostas fora do prazo e local estabelecidos neste edital;



20.3. Não serão admitidas, por qualquer motivo, modificações ou substituições das propostas ou quaisquer outros documentos;

20.4. Só terão direito a usar a palavra, rubricar as propostas, apresentar reclamações ou recursos, assinar atas e contratos, as licitantes ou seus representantes credenciados e os membros da Comissão Julgadora;

20.5. Uma vez iniciada a abertura dos envelopes relativos à proposta técnica, não serão admitidos à licitação os participantes retardatários;

20.6. A participação na presente licitação **implica concordância tácita**, por parte do licitante, com todos os termos e condições deste Edital e das cláusulas contratuais já estabelecidas;

21. DO ADIAMENTO, REVOGAÇÃO E ANULAÇÃO DA LICITAÇÃO

21.1. A Administração Municipal reserva-se o direito de revogar a presente licitação por razões de interesse público, no todo ou em parte, ou anulá-la, no todo ou em parte, por vício, ilegalidade, de ofício, ou mediante provocação, bem como adiá-la ou prorrogar o prazo para recebimento e abertura das propostas, descabendo em tais casos, qualquer reclamação ou direito à indenização pelos licitantes.

22. DAS INFORMAÇÕES E CONSULTA AO EDITAL

22.1. CONSULTAS AO EDITAL E DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES: Na internet, no site <https://novasantarita.atende.net/cidadao> ou na sala da Secretaria Municipal de Compras Públicas, Avenida Santa Rita, nº 1135, 2º andar - Sala 206 - Bairro Centro - Nova Santa Rita/RS - CEP: 92480-000;

22.2. Solicitações de esclarecimento deverão ser encaminhadas para o e-mail, e-mail: celic@novasantarita.rs.gov.br. Demais dúvidas pelo telefone nº (51) 994586488

23. DO FORO

23.1. Fica eleito o Foro da Comarca de Canoas/RS para dirimir quaisquer dúvidas originadas pelo presente edital e pelo futuro contrato, não resolvido administrativamente.

24. DOS ANEXOS

24.1. **Anexo I** - Termo de Referência (em meio digital)

24.2. **Anexo II** – Briefing

24.3. **Anexo III** - Declaração de que não está temporariamente suspensa de participar em licitação e impedida de licitar e contratar com a Administração; e de que não foi declarada inidônea para licitar ou contratar com a administração pública e de cumprimento do art. 27, inc. v, da lei nº 8666/93;

24.4. **Anexo IV** - Modelo de Declaração de disponibilidade das instalações, dos equipamentos e do pessoal técnico adequados pela execução do objeto da licitação.

24.5. **Anexo V** – Modelo de Contrato

Nova Santa Rita, 24 de maio de 2023.

Rodrigo Amadeo Battistella

Prefeito Municipal



ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA SANTA RITA
Secretaria Municipal de Compras Públicas

ANEXO I - TERMO DE REFERÊNCIA (em meio digital)



ANEXO II - BRIEFING

I. INTRODUÇÃO

Para facilitar o trabalho das agências licitantes, escolhemos um tema e o modo de veiculação para simulação que servirá para avaliação da subcomissão técnica. Este esclarecimento se faz necessário para não interromper prazos, pois não interfere no andamento e na legalidade do processo.

II. DADOS GERAIS

Nova Santa Rita tem população estimada pelo IBGE [2021] de 30.482 pessoas, com densidade demográfica de 104,26 hab/km² [2010]. Distante 21 quilômetros até a capital, pertence à mesorregião Metropolitana de Porto Alegre e à microrregião Porto Alegre. Limita-se com os seguintes municípios: Canoas, Esteio, Portão, Montenegro, Triunfo e Sapucaia do Sul. A cidade é banhada pelos rios Caí, Sinos e Jacuí. A principal via de acesso do município é a BR-386.

III. Tema: NOVA SANTA RITA, O MAIOR E MAIS COMPLETO POLO LOGÍSTICO DO RS

Emancipada em 1992, Nova Santa Rita é município desde 20 de março daquele ano, desmembrado do município de Canoas, na Região Metropolitana de Porto Alegre, Capital do Rio Grande do Sul. Com cerca de 30 mil habitantes, de acordo com o último Censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o município limita-se com Canoas, Esteio, Portão, Montenegro, Triunfo e Sapucaia do Sul. É banhado pelos rios Caí, Sinos e Jacuí.

Distante 21 quilômetros da capital do Estado, tem como prefeito, o administrador de empresas, Rodrigo Amadeo Battistella. A principal via de acesso do município é a BR-386, mas ao lado passa a BR-116 – uma das principais rodovias do RS -, assim como a Rodovia Transaçoiana (que passa pelos municípios de Nova Santa Rita, Portão e Capela de Santana). De fácil saída para as mais diversas regiões gaúchas, a cidade cresce a cada ano.

Nova Santa Rita se torna o maior e mais completo polo logístico do Rio Grande do Sul, devido a essa característica geográfica e ampla área para desenvolvimento disponível. A cidade se torna referência para o transporte de mercadorias, devido ao acesso a quatro modais logísticos: rodoviário, ferroviário, hidroviário, com a presença de três rios navegáveis nos limites da cidade, que se estende até o polo petroquímico da região, e aeroportuário, já que está a 15 minutos do Aeroporto Internacional de Porto Alegre.

Inserida em uma região com mais de quatro milhões de pessoas, atrai investimentos, grandes empreendimentos e condomínios residências. Estão instalados no município, por exemplo, a gigante do e-commerce, Amazon. Em 2020, com um investimento de R\$ 50 milhões, se instalou o centro de distribuição no Rio Grande do Sul, com operação implantada no parque logístico 3SB, na BR-386. A Reiter Log – empresa gaúcha de logística – é outra gigante, que gera cerca de dois mil empregos diretos, renda e investimentos em caminhões a gás. Localizada às margens da BR-386, a empresa é referência no segmento de transporte e logística, oferecendo soluções para os principais players do Brasil, atuando no Brasil, Argentina, Chile, Paraguai e Uruguai.

Uma cidade que cresce e se desenvolve, investe em educação, saúde e pavimentação/infraestrutura. Nova Santa Rita é a primeira cidade gaúcha a ter as Salas Makers. No município, estudantes da rede municipal recebem kit escolar completo (do uniforme, passando pela mochila, até o tênis). Somente no ano de 2022, a Administração totalizou cerca de 170 licitações, para atender as mais diversas áreas. Até o fim do ano foram 15 quilômetros de pavimentação.

Aos 31 anos, a cidade cresce a passos largos. Diante disso, é fundamental aproximar a população local e da Região Metropolitana do poder público, trabalhando a transparência e o foco na vida de cada um que mora em Nova Santa Rita. Dar publicidade aos feitos do Executivo é uma maneira de deixar a população ciente do que é feito, para que esteja à sua disposição a informação e a fiscalização de onde é aplicado o recurso público, seja na construção de uma nova escola, na pavimentação de uma via ou no dia a dia da gestão.



A campanha publicitária é o instrumento para levar as informações da cidade para quem vive nela e, além disso, atingir quem mora no entorno, em busca de novos investimentos para a cidade. O intuito é tornar Nova Santa Rita referência em trabalho, transparência e investimento, como o maior e mais completo polo logístico do RS. A proposta deve ser eficiente e de baixo custo.

IV. OBJETIVO

Deverá ser elaborada pela agência licitante uma campanha de promoção institucional de Nova Santa Rita. O foco é atrair os olhares e investimentos (novas empresas) para a cidade.

V. PÚBLICO ALVO

A campanha deve abranger o público em geral, com foco em empresários(as), empreendedores(as), construtores(as), investidores(as) e afins.

VI. OBJETIVOS DE MARKETING

Sustentar, para a sociedade, a imagem de interesse em atrair novos investimentos na área da logística para Nova Santa Rita. Além de informar como o município se tornou esse case de interesse na Região Metropolitana, fundamentar a localização estratégica e as oportunidades que estão no entorno da cidade.

Obrigatoriedades: deve constar a marca “**NOVA SANTA RITA, O MAIOR E MAIS COMPLETO POLO LOGÍSTICO DO RS**”, sendo utilizada RS ou Rio Grande do Sul. A assinatura do VT deve conter a logo da Prefeitura de Nova Santa Rita; no spot a assinatura da Prefeitura de Nova Santa Rita e conter imagens que qualificam e embasam a temática.

VII. RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

A Prefeitura de Nova Santa Rita tem endereço eletrônico na internet para hospedagem de conteúdos, páginas nas principais redes sociais e espaços para comunicação interna com os(as) servidores(as) para campanha simulada, caso haja interesse.

VIII. PROPOSTA TÉCNICA

As campanhas devem ser planejadas de modo a articular criativamente as mensagens e o conteúdo que será divulgado por intermédio das novas mídias (redes sociais) somadas às mídias tradicionais (materiais impressos, outdoors, busdoors, a apresentação de VTs de 2 a 5 minutos, sobre locais e personagens carros de som, faixas, inserções publicitárias em rádio, TV e jornais).

Prazo da campanha: 3 meses

Abrangência: Estadual

Verba: R\$ 150.000 (cento e cinquenta mil reais)

Mídias: Conforme o plano desenvolvido pela agência

Franceli Stefani

Diretora de Comunicação



ANEXO III - DECLARAÇÃO DE QUE NÃO ESTÁ TEMPORARIAMENTE SUSPENSÃO DE PARTICIPAR EM LICITAÇÃO E IMPEDIDA DE LICITAR E CONTRATAR COM A ADMINISTRAÇÃO; E DE QUE NÃO FOI DECLARADA INIDÔNEA PARA LICITAR OU CONTRATAR COM A ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E DE CUMPRIMENTO DO ART. 27, INC. V, DA LEI Nº 8666/93.

Declaro(amos) que a licitante, CNPJ nº, não está temporariamente suspensa de participar em licitação e impedida de contratar com a Administração do Município de Nova Santa Rita, não foi declarada inidônea para licitar ou contratar com a Administração Pública, em suas esferas Municipal, Estadual ou Federal.

Declaro(amos), outrossim, que a licitante não possui, em seu quadro de pessoal, empregado ou associado menor de 18 anos realizando trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e/ou menor de 16 anos, em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 anos, nos termos do art. 27, inc. V, da Lei nº 8666/93.

Declaro(amos), ainda, que todo e qualquer fato que importe em modificação da situação ora declarada será imediatamente comunicado, por escrito, a Central de Licitações do Município de Nova Santa Rita / RS.

_____, _____ de _____ de 2023.

Assinatura do representante legal da licitante ou do procurador / preposto / credenciado

Nome do representante legal da licitante ou do procurador / preposto / credenciado
(Papel timbrado da licitante, preferencialmente)



ANEXO IV - MODELO DE DECLARAÇÃO DE DISPONIBILIDADE DAS INSTALAÇÕES, DOS EQUIPAMENTOS E DO PESSOAL TÉCNICO ADEQUADOS PELA EXECUÇÃO DO OBJETO DA LICITAÇÃO.

Declaro(amos) sob as penas da Lei, que a Empresa _____, CNPJ nº _____, dispõe das instalações, equipamentos e do pessoal técnico adequados para a execução do objeto da licitação.

_____, _____ de _____ de 2023.

Assinatura do representante legal da licitante ou do procurador / preposto / credenciado

Nome do representante legal da licitante ou do procurador / preposto / credenciado



ANEXO V

CONTRATO ADMINISTRATIVO Nº XX/2023

O **MUNICÍPIO DE NOVA SANTA RITA**, pessoa jurídica de direito público interno, inscrito no CNPJ/MF sob n.º 94.309.291/0001-48, com sede administrativa na Rua Hélio Fraga de Moraes Sarmento, n.º 64, Centro, neste ato representado por seu Prefeito Municipal, Sr. **Rodrigo Amadeo Battistella**, doravante denominado **CONTRATANTE**, e, inscrita no RG sob o nº CPF/MF n.º, Endereço, (bairro) , (cidade/estado), **CONTRATADA**, para prestação dos serviços descritos na Cláusula Primeira – Do objeto.

O presente contrato tem seu respectivo fundamento e finalidade na consecução do objeto contratado, descrito abaixo, constante do Processo Administrativo n.º **9693/203**, que autorizou a Licitação modalidade **CONCORRÊNCIA**, sob a forma presencial, tombada sob o n.º **05/2023** na qual a Contratada foi declarada vencedora, com seus fundamentos na Lei Federal n.º 8.666/93 e alterações posteriores, regendo-se pelo citado diploma legal, termos da proposta, normas constantes do edital que deu origem ao presente instrumento e cláusulas a seguir expressas, definidoras dos direitos, obrigações e responsabilidades das partes.

1. CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

- 1.1 Constitui objeto da presente licitação a prestação dos serviços técnicos de publicidade institucional do Município de Nova Santa Rita, nos termos do § 1º do art. 37 da Constituição da República e art. 2º da Lei n.º 12.232, de 29 de abril de 2010. Compreendem os serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que possibilite o atendimento das políticas públicas do setor relativas às campanhas institucionais, educativas e de utilidade pública que tenham por objetivo o estudo, a conceituação, a concepção, a criação interna, a intermediação e a supervisão de execução externa, a elaboração de marcas e logotipos, o planejamento de mídias publicitárias, desenvolvimento e a execução de ações promocionais e de outras ações destinadas a complementar os esforços de comunicação social, definidos no Anexo 02 - BRIEFING. Os serviços previstos no objeto compreendendo as seguintes atividades:
- 1.1.1 Elaboração de um Plano de Comunicação, que será avaliado e aprovado pela Assessoria de Comunicação Social do Município de Nova Santa Rita - RS;
- 1.1.2 Desenvolvimento de ações destinadas a fortalecer a imagem institucional do Município, de seus serviços, programas e ações, mediante o estudo, o planejamento, a concepção, a criação, a execução e a distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários na seguinte forma:
- a) programas de rádio e televisão;
 - b) anúncios de publicidade a serem veiculados em emissoras de rádio, televisão, jornais, revistas, internet e meios alternativos, com abrangência local, regional, estadual e/ou nacional;
 - c) pesquisa e análise dos veículos de divulgação que melhor possam comunicar as campanhas e peças publicitárias, especialmente em relação a sua natureza, área de abrangência, audiência, eficiência e custos do serviço;
 - d) elaboração, criação, edição, produção e distribuição de publicações impressas, tais como panfletos, folders, *bus door*, *front light*, *mini-doors*, *outdoors* etc.
- 1.1.3 Para a execução dos serviços de publicidade, serão de responsabilidade da licitante contratada o conjunto de atividades que segue:
- a) Planejamento, conceituação, concepção de campanhas para o público interno e externos;
 - b) Criação, roteirização, pré-produção, produção técnica, finalização, implementação, intermediação e supervisão da produção de todas as peças planejadas e propostas;



- c) Planejamento de mídia e não mídia para a campanha interna e externa, independente da utilização ou não dos planos sugeridos;
 - d) Consultoria na distribuição das peças produzidas de acordo com o plano de mídia e não mídia;
 - e) Reuniões com a equipe da Assessoria de Comunicação e gabinete estratégico vinculado ao gabinete do prefeito (a) para aprovação de cada etapa;
 - f) A entrega para fins de arquivo de uma cópia em mídia digital de todo o material produzido;
 - g) A guarda para solicitação, a qualquer tempo, de cópias de material produzido pela agência.
 - h) A Produção e a execução técnica das peças e ou material criados pelas agências contratadas;
 - i) Ao planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados à determinada ação publicitária;
 - j) A criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária,
 - k) em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias desenvolvidas.
- 1.1.4 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação terão a finalidade de:
- a) Gerar conhecimento sobre o “mercado” ou o ambiente de atuação da Administração pública, o público alvo, e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
 - b) Aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;
 - c) Possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.
- 1.1.5 Não se confundem com o objeto deste contrato, estando, portanto, fora da contratação, as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos;
- 1.1.6 Os serviços a serem executados deverão obedecer às Normas-Padrão da atividade publicitária, de acordo com as orientações do CENP – Conselho Executivo de Normas Padrão – órgão criado pelas entidades representativas em âmbito nacional dos Anunciantes;
- 1.1.7 A agência atuará por conta e ordem da Prefeitura de Nova Santa Rita/RS, em conformidade com o Art. 3º da Lei Federal nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução das atividades complementares, veículos e demais meios de divulgação para a transmissão das mensagens publicitárias;
- 1.1.8 Os serviços referentes à criação/concepção das ações de publicidade não poderão ser objeto de subcontratação;
- 2. CLÁUSULA SEGUNDA – DA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS**
- 2.1. O licitante vencedor, fica obrigado a prestar os serviços de publicidade definidos neste edital, atuando por conta e ordem do Município contratante, em conformidade com o art. 3º da Lei n.º 4.680/1965, inclusive na contratação de fornecedores de bens e prestadores de serviços especializados, para a execução de atividades complementares;
- 2.2. A agência de publicidade contratada só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem do Município, se previamente os identificar e tiver sido por eles expressamente autorizada, conforme disposto no § 2º do art. 4º da Lei n.º 12.232/2010;
- 2.3. É permitido à agência de publicidade subcontratar a execução de serviços complementares, na forma do § 1º do art. 2º e nos termos do art. 14 e seguintes, todos da Lei n.º 12.232/2010;
- 2.4. São obrigações da agência de publicidade contratada:



- 2.4.1. Operar como organização completa e prestar os serviços contratados com elevada qualidade, centralizando o comando da publicidade do Município contratante em seu escritório;
- 2.4.2. Utilizar, na elaboração dos serviços de publicidade, os profissionais indicados na Proposta Técnica apresentada nesta licitação, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida a substituição destes por profissionais com experiência equivalente ou superior, desde que prévia e formalmente aprovado pelo Município;
- 2.4.3. Envidar esforços para obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores, prestadores de serviços e veículos de comunicação, transferindo ao Município as vantagens obtidas;
- 2.5. pertencem ao Município as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da agência de publicidade contratada, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículos de divulgação, excetuando-se desta previsão os planos de incentivo, conforme art. 18 da Lei n.º 12.232/2010;
- 2.6. a agência de publicidade contratada não poderá sobrepor os planos de incentivo aos interesses do Município, preterindo veículos de comunicação e de divulgação que não os concedam, ou ainda priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha dos veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados;
- 2.7. A agência de publicidade contratada deverá observar as seguintes condições para contratações de fornecimentos de bens e prestação de serviços especializados decorrentes desta licitação:
- 2.8. fazer cotações prévias de preços para todos os bens e serviços a serem prestados por terceiros;
- 2.9. só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados junto ao Município, na forma do art. 14 e seguintes da Lei n.º 12.232/2010;
- 2.10. apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre integrantes do cadastro de fornecedores que atuem no ramo do mercado pretendido;
- 2.11. exigir do fornecedor ou prestador de serviços que conste da cotação apresentada, além da sua identificação completa, o descritivo de bens ou serviços, suas especificações e seus valores unitários e total;
- 2.12. exceto nos casos de compra de mídia, em todas as demais contratações de terceiros, observar os procedimentos definidos nos §§ 2º e 3º da Lei n.º 12.232/2010 para conhecimento das cotações de orçamentos;
- 2.13. submeter à prévia e formal aprovação do Município requisições de contratação de terceiros e de autorização de despesas relativas ao fornecimento de bens, à prestação de serviços e veiculação de mídia, relacionadas ao objeto do contrato.
- 2.13.1. Encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir acervo do Município, sem ônus, cópia de todo o material produzido, preferencialmente em mídia eletrônica, com arquivos em alta resolução, abertos e ou finalizados;
- 2.13.2. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas (folhetos, cartazes, mala-direta etc.), aprovados pelo Município;
- 2.13.3. Entregar ao Município, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com dados mais relevantes para avaliação do seu estágio;
- 2.13.4. Manter, durante toda a execução contratual, as condições de habilitação exigidas nesta licitação, inclusive o certificado de qualificação técnica de funcionamento obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, conforme o § 1º do art. 4º da Lei n.º 12.232/2010;
- 2.13.5. Apresentar, durante a execução contratual, documentos que comprovem o cumprimento de obrigações tributárias, previdenciárias e trabalhistas, em cumprimento ao art. 71 da Lei n.º 8.666/1993;



- 2.13.6. Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionados com os serviços publicitários contratados;
- 2.14. Pelos serviços efetivamente prestados a agência de publicidade contratada receberá o pagamento do preço, nas condições da proposta apresentada na licitação;
- 2.15. A agência de publicidade contratada não receberá nenhum valor pelos leiautes, roteiros e similares reprovados pelo Município;
- 2.16. A agência de publicidade contratada não terá direito a qualquer remuneração sobre os custos de serviços realizados por fornecedores ou prestadores de serviços referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto padrão concedido por veículos de divulgação;
- 2.17. Despesas com deslocamentos de profissionais da agência de publicidade contratada ou de seus representantes serão de sua exclusiva responsabilidade;
- 2.18. Para fins de comprovação dos serviços prestados, a contratada deverá apresentar a fatura correspondente às publicações e/ou veiculações efetivadas, devidamente autorizadas pela Diretoria de Comunicação Municipal e Fiscal do Contrato, bem como os comprovantes de quitação dos serviços de terceiros tomados no mês anterior, de acordo com a proposta de preços apresentada nesta licitação;
- 2.19. Para o efetivo pagamento, as faturas deverão se fazer acompanhar da guia de recolhimento das contribuições para o FGTS e o INSS relativas aos empregados utilizados na prestação do serviço:
- 2.19.1. Serão processadas as retenções previdenciárias nos termos da lei que regula a matéria;
- 2.20. A agência de publicidade cederá ao Município os direitos patrimoniais do autor das ideias, estudos, análises, planos, campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência do contrato celebrado com o Poder Público;
- 2.21. Os custos da cessão de direitos patrimoniais são considerados inclusos nas modalidades de remuneração constantes da Proposta Comercial apresentada nesta licitação;
- 2.22. O Município se resguarda o direito de utilizar e reutilizar referidos direitos patrimoniais diretamente ou por meio de terceiros, sem que disso decorra qualquer pagamento à agência de publicidade contratada, seus empregados, prepostos ou fornecedores;
- 2.23. As contratações de terceiros das quais decorram direitos autorais ou conexos, efetuadas pela agência de publicidade contratada, observarão, além do procedimento descrito neste edital, a exigência de que as cotações de preços sejam acompanhadas das condições de cessão de direitos patrimoniais ao Município, no mínimo por prazo igual ao da vigência do contrato derivado desta licitação:
- 2.23.1. Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos sempre será considerada como já incluída no custo de produção da peça publicitária;
- 2.23.2. A agência de publicidade contratada se obriga a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, os custos de cachês, de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão de demais direitos patrimoniais de autor e conexos;
- 2.23.3. A agência de publicidade contratada se obriga a fazer constar nos ajustes que vier a celebrar com terceiros, nos casos de tomadas de imagens e/ou sons, sob a forma de reportagens, documentários, áudios e similares, cláusula de cessão de direitos patrimoniais do material ao Município, que poderá utilizar referidos direitos, direta ou indiretamente, pelo prazo da vigência do contrato decorrente desta licitação, sem que disso decorra ao titular qualquer remuneração ou indenização;
- 2.23.4. A Contratada deverá executar os serviços observando o Termo de Referência, Edital e demais anexos, bem como as normas técnicas exigíveis, de acordo com a legislação pertinente;



- 2.23.5. Os valores a serem pagos estão condicionados à execução satisfatória dos serviços contratados;
- 2.23.6. As faturas deverão ser emitidas após o aceite dos serviços a elas referidos;
- 2.23.7. Para assegurar os níveis de qualidade dos produtos do projeto, a CONTRATADA deverá informar o contato de representantes com funções hierárquicas superiores aos dois profissionais indicados como líderes administrativo e técnico, até o primeiro gestor da CONTRATADA, para escalonamento de assuntos, conforme nível de criticidade. As dúvidas que surgirem sobre a condução/realização dos serviços pela CONTRATADA deverão ser dirimidas pela equipe técnica de fiscalização da CONTRATANTE;

3. CLÁUSULA TERCEIRA - DO PREÇO

- 3.1 Os preços ajustados para a prestação dos serviços, objeto do presente contrato, são os seguintes, entendidos como justos e suficientes para a sua execução, estando incluídas todas as despesas de transportes, estadias, fretes, impostos, taxas, encargos sociais e trabalhistas:

R\$(.....).

4. CLÁUSULA QUARTA - DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO E DA PREVISÃO ORÇAMENTÁRIA

- 4.1 Os pagamentos serão efetuados em até **30 (trinta)** dias após a entrada do documento fiscal/fatura ou equivalente correspondente na Secretaria Municipal da Fazenda acompanhada de termo de prestação de serviços assinado pelo gerente e fiscal do contrato, afirmando que os serviços foram prestados de acordo com o contratado.
- 4.2 As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta das seguintes dotações orçamentárias:
Órgão: 02 Gabinete do Prefeito
Unidade: 001 - Órgãos Subordinados
Ação: Ação: 2003 - Manutenção Gabinete do Prefeito
Vínculo: 05000001 – Recurso Livre
Referência: 16 – 33390390000000000000 - Outros serviços de Pessoas Jurídicas
Órgão: 09

5. CLÁUSULA QUINTA - DO PRAZO DE VIGÊNCIA DO CONTRATO

- 5.1 O Prazo de validade do presente contrato é de 12 (doze) meses, a contar da sua assinatura, podendo ser prorrogado conforme dispõe o Art. 57, II da Lei 8.666/93;

6. CLÁUSULA SEXTA - DO RECEBIMENTO E DA ENTREGA

- 6.1 O licitante vencedor deverá considerar todas as especificações previstas no Termo de Referência, e demais anexos do Edital, bem como as normas técnicas exigíveis, de acordo com a legislação pertinente.
- 6.2 Eventual desconformidade do objeto executado sem as especificações técnicas informadas no Edital, importará na rejeição do mesmo, caso em que a contratada terá de providenciar as alterações e adequações às especificações do Edital às suas expensas em prazo a ser definido com o Servidor designado pela fiscalização deste contrato;
- 6.3 O objeto será conferido pelo Fiscal do Contrato e equipe técnica da Diretora de Comunicação;
- 6.4 Durante a execução do Contrato, a Contratada deverá manter as mesmas condições de habilitação, prestar as informações solicitadas pelo Município

7. CLÁUSULA SÉTIMA - DOS DIREITOS E OBRIGAÇÕES

- 7.1 **Dos Direitos:**



- 7.1.1 Constituem direitos de a CONTRATANTE receber o objeto deste contrato nas condições avençadas e da CONTRATADA perceber o valor ajustado na forma e no prazo convencionados.
- 7.2 **Das Obrigações:**
- 7.2.1 Constituem obrigações da CONTRATANTE:
- a) efetuar os pagamentos na forma do ajustado;
 - b) dar à Contratada as informações necessárias à regular execução do contrato;
 - c) fiscalizar o efetivo cumprimento do contrato.
- 7.2.2 Constituem obrigações da CONTRATADA:
- a) prestar os serviços de acordo com as especificações do presente contrato;
 - b) cumprir e fazer cumprir todas as normas regulamentares sobre Medicina e Segurança do Trabalho;
 - c) observar todas as disposições relativas à prestação de serviços objeto do presente contrato, constantes deste instrumento, processo administrativo e proposta comercial que lhe deram origem;
 - d) assumir inteira responsabilidade pelas obrigações fiscais e trabalhistas decorrentes da execução do presente contrato;
 - e) manter durante toda a execução do contrato as condições legais e regulamentares necessárias para a contratação com a Administração Pública.
- 8. CLÁUSULA OITAVA - DAS PENALIDADES**
- 8.1 Por atraso na execução do objeto e/ou na substituição do(s) objeto(s) que for(em) rejeitados pela fiscalização, fica a CONTRATADA sujeita à multa de 0,3% (três décimos por cento) por dia de atraso, a ser calculada desde o primeiro dia de atraso até o efetivo cumprimento da obrigação, limitado a 10 (dez) dias;
- 8.2 Multa de 15% (quinze por cento):
- 8.2.1.1 por inexecução parcial do serviço;
 - 8.2.1.2 por irregularidades consideradas relevantes pela fiscalização dos serviços;
 - 8.2.1.3 por atraso na entrega e/ou substituição do(s) equipamento(is) que for(em) rejeitado (s) pela fiscalização, por prazo superior a 10 (dez) dias e limitado a 20 (vinte) dias;
- 8.3 Multa de 20% (vinte por cento):
- 8.3.1.1 por inexecução total do serviço;
 - 8.3.1.2 por atraso na entrega e/ou substituição do(s) objeto(is) que for(em) rejeitado pela fiscalização; por prazo superior a 20 (vinte) dias;
 - 8.3.1.3 Transcorridos 30 (trinta) dias do prazo de entrega do objeto e/ou substituição do(s) equipamento(s) que for(em) rejeitados pela fiscalização, poderá ser aplicada a multa de 25% (vinte e cinco por cento) por inexecução total;
- 8.4 A ocorrência das hipóteses previstas nos itens “supra, a CONTRATADA, além da aplicação da multa, por aplicação das disposições contidas na Lei nº 8.666/93, sofrerá as seguintes penalidades, da seguinte forma:
- 8.4.1 Suspensão de participar em licitação e impedimento de contratar com a Administração, pelo prazo de 01 ano, por inexecução parcial dos serviços;
 - 8.4.2 Suspensão de participar em licitação e impedimento de contratar com a Administração, pelo prazo de até 02 anos, e 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, por inexecução total da Ata;
- 8.5 Quem convocado dentro do prazo de validade da sua proposta financeira, não celebrar a assinatura do contrato e/ou recusar a receber a Nota de Empenho (ou outro instrumento hábil expedido pela Administração, conforme Art. 62, caput e §2º, da Lei Federal n.º 8.666/93), deixar de entregar ou apresentar documentação falsa exigida para a licitação, ensejar o retardamento da execução de seu objeto, não mantiver a proposta, falhar ou fraudar na execução do Contrato / Nota de Empenho (ou outro instrumento hábil expedido pela Administração, conforme Art. 62, caput e §2º, da Lei



Federal n.º 8.666/93], comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude fiscal, ficará impedido de licitar e contratar com o Município pelo prazo de até 02 anos, bem como sujeito à multa de 25%, aplicada sobre o valor total da Proposta Financeira no instrumento contratual (Nota de Empenho ou outro instrumento hábil expedido pela Administração, conforme Art. 62, caput e §2º, da Lei Federal n.º 8.666/93), atualizado;

8.6 As penalidades serão calculadas sobre o valor total do contrato.

9. CLÁUSULA NONA - DA FISCALIZAÇÃO E GESTÃO DO CONTRATO

9.1 A fiscalização técnica dos serviços será realizada pela servidora A fiscalização, acompanhamento dos serviços executados, recebimento e a conferência do objeto desta licitação, serão realizadas pela servidora Franceli Stefani, Diretora de Comunicação, Matrícula 5009164;

9.2 Para exercer a gestão do contrato é designado a servidor Guilherme Mota, Chefe de Gabinete;

9.3 Cabe à CONTRATADA prestar todas as informações e esclarecimentos solicitados pela CONTRATANTE.

10. CLÁUSULA DÉCIMA - DA GARANTIA

10.1 Para a garantia da execução do Contrato, a CONTRATADA, apresentou R\$..., no percentual de 5% (cinco por cento) do valor contratado, de acordo com o estabelecido no Artigo 56 da Lei Federal n.º 8.666/93;

10.2 A Garantia de Execução do Contrato deverá ter validade de até 30 dias contados a data de emissão do Termo de Recebimento Definitivo, no caso de Garantia Bancária, e até 01 (um) ano da data de emissão do Termo de Recebimento Definitivo, no caso de Seguro Garantia.

11. CLÁUSULA DÉCIMA NONA - DA INEXECUÇÃO DO CONTRATO

11.1 A Contratada reconhece os direitos da Administração, em caso de rescisão administrativa, previstos no artigo 77 da Lei Federal n.º 8.666/93 e alterações posteriores.

12. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DA RESCISÃO

12.1 Este contrato poderá ser rescindido:

12.1.1 Por ato unilateral da Administração, nos casos previstos nos incisos I a XII e XVII do artigo 78 da Lei Federal n.º 8.666/93;

12.1.2 Amigavelmente, por acordo das partes, reduzido a termo, desde que haja conveniência para a Administração;

12.1.3 Judicialmente, nos termos da legislação;

12.2 A rescisão deste contrato implicará na retenção dos créditos decorrentes da contratação, até o limite dos prejuízos causados à Contratante, caso se dê por dolo ou culpa da Contratada.

13. CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

13.1 O CONTRATANTE não responderá perante terceiros por danos provocados por dolo ou culpa da CONTRATADA.

13.2 Elegem o Foro da Comarca de Canoas/RS para dirimir quaisquer dúvidas ou questões advindas do presente instrumento.

E, por estarem justos e avençados, firmam o presente instrumento em 02 (duas) vias de igual teor e forma, para que surtam seus efeitos legais.

Nova Santa Rita/RS, xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx. (...../2023).

Rodrigo Amadeo Battistella
Prefeito Municipal
Contratante

XXXXXXXXXXXXXXXXXX
Contratada



ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA SANTA RITA
Secretaria Municipal de Compras Públicas