



EDITAL DE LICITAÇÃO

Modalidade .: **Concorrência**

Número: **03/2018**

Processo.....: **18170/2018**

Data de Recebimento dos Envelopes: **29/01/2019**

Horário: **08:00**

O MUNICÍPIO DE ERECHIM, Estado de Rio Grande do Sul, através de seu Secretário Municipal de Administração, Senhor VALDIR FARINA, com amparo no Decreto Municipal nº 4.421/2017 de 04 de janeiro de 2017, no uso de suas atribuições, de conformidade com a Lei Federal nº 8.666 de 21/06/1993 e de forma Complementar pela Lei Federal nº. 12.232/2010 e suas atualizações, torna público, para conhecimento dos interessados, que se encontra aberta a licitação na modalidade "CONCORRÊNCIA", do tipo "**TÉCNICA E PREÇO**", em regime de EMPREITADA POR PREÇO GLOBAL e ABERTURA MARCADA PARA O DIA **29/01/2019 às 08:00 horas**, na Divisão de Licitações da Prefeitura Municipal de Erechim, sito Av. Farrapos, 509, por meio da Comissão Permanente de Licitações nomeada pela Portaria nº 1267/2018, que estará reunida com a finalidade de receber os envelopes da Concorrência 03/2018.

1. DO OBJETO

1.1. Constitui objeto desta licitação a contratação de agência de propaganda para prestar serviços de publicidade institucional do Município de Erechim-RS, conforme definidos no Anexo I – Briefing, de acordo com o §1º do art. 37 da Constituição da República Federativa do Brasil e disposições do art. 2º da Lei nº 12.232 de 29 de abril de 2010, compreendendo:

1.1.1. Planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º da Lei 12.232 de 29 de abril de 2010.

1.1.2. Criação e execução técnica das peças e projetos publicitários criados.

1.1.3. Criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

1.1.4. Elaboração de um Plano de Comunicação, que será avaliado e aprovado pela Secretaria Municipal de Comunicação Social do Município de Erechim.

1.1.5. Desenvolvimento de ações destinadas a fortalecer a imagem institucional do Município de Erechim, 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) Criação de Programas de rádio (AM-FM), para divulgação de eventos e prestação de contas das atividades dos setores da Prefeitura;



- b) Criação de Informativos Impressos, prestando contas à população das ações do Governo, conforme determina a Lei de Responsabilidade Fiscal;
- c) Elaboração de folders, convites, anúncios em jornais e revistas, internet, outdoors, dos programas relacionados com as políticas públicas executadas pelo Governo Municipal, bem como cartazes, faixas, banners informativos das datas comemorativas e eventos de interesse público;
- d) Elaboração de jingle e vinhetas para Programas Institucionais em rádio e televisão;
- e) Elaboração de acervo da memória digital, em DVD ou fitas magnéticas, dos atos realizados pelo Governo Municipal;
- f) Criação de logomarcas para setores e campanhas da Prefeitura;
- g) Elaboração de material impresso ou eletrônico com datas comemorativas e eventos de interesse público;
- h) Criação de programas de TV e comerciais do Governo Municipal a serem veiculados no meio de comunicação;
- i) Elaboração dos orçamentos para campanhas realizadas pela Prefeitura Municipal, nos meios de comunicação social, bem como responsabilização pelo pagamento das mesmas;
- j) Planejamento estratégico de comunicação dos programas e ações;
- k) Estudos e pesquisas que servirão de base para as intervenções de comunicação;
- l) Avaliação das ações de mobilização e comunicação.

1.2. Obrigações do Município de Erechim:

- a) O Município se compromete a efetuar os pagamentos nos termos estipulados neste Edital.
- b) Fornecer à licitante vencedora, em tempo oportuno, os dados, informações e documentos de que necessitar para o desempenho do objeto ora contratado.
- c) Autorizar previamente a elaboração de qualquer projeto relacionado com o objeto do contrato e fiscalizar e controlar sua execução.
- d) Fiscalizar e controlar a execução do presente contrato, zelando para que se observem as diretrizes da política de comunicação social do Município e das tabelas de preços a que se sujeita a prestação dos serviços.
- e) Realizar a contratação dos serviços gráficos (fornecedores gráficos), pertinentes ao objeto da presente licitação.

1.3. Fazem parte deste Edital:

- * Anexo I.... - Modelo de Declaração ME-EPP
- * Anexo II... - Briefing
- * Anexo III...- Calendário de Eventos
- * Anexo IV...- Minuta do contrato

OBS: Os Anexos estão disponíveis às empresas interessadas no site www.pmerechim.rs.gov.br.



2. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

2.1. Poderá participar desta Concorrência a agência de propaganda que atender às condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos.

2.2. Não poderão participar desta Concorrência agências de propaganda:

a) que estejam sendo punidas na forma prevista no artigo 87, incisos III e IV e artigo 88 da Lei Federal nº 8.666/93 com suas alterações;

b) em processo de recuperação judicial ou falência, sob concurso de credores, em dissolução ou em liquidação;

c) declarada inidônea para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação;

d) impedida de licitar e contratar com a União, durante o prazo de sanção aplicada;

e) estrangeira que não funcione no País;

f) que estiver reunida em consórcio, qualquer que seja a sua forma de constituição;

g) que seja autora do projeto básico.

2.3. Nenhuma licitante poderá participar desta Concorrência com mais de uma Proposta.

2.4. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas e Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, e a Prefeitura Municipal de Erechim não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

3. DO RECEBIMENTO E APRESENTAÇÃO DOS INVÓLUCROS:

3.1. As propostas técnicas e de preços, assim como os documentos de habilitação, deverão ser apresentados pelas licitantes em **5 (cinco) invólucros lacrados**.

3.1.1. Após a hora limite para o recebimento dos envelopes solicitados, nenhum outro será aceito, nem permitidos adendos ou alterações.

3.2. A proposta técnica deverá ser apresentada em **3 (três) invólucros distintos**, sendo **1 (um) não identificado**, que deverá ser retirado previamente junto a Comissão Permanente de Licitações, contendo o Plano de Comunicação Publicitária da proponente, e **outros 2 (dois) identificados da seguinte forma:**

INVÓLUCRO A – PROPOSTA TÉCNICA:

Plano de Comunicação Publicitária (via identificada)

CONCORRÊNCIA Nº 03/2018

NOME E CNPJ DO PROPONENTE

INVÓLUCRO B – PROPOSTA TÉCNICA:

Informações do Proponente

CONCORRÊNCIA Nº 03/2018

NOME E CNPJ DO PROPONENTE



3.2.1. Conforme art. 9º, §1º da Lei 12.232/2010, “O invólucro destinado a apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária será padronizado e fornecido previamente pelo órgão ou entidade responsável pela licitação, sem nenhum tipo de identificação.”

3.3. O invólucro não identificado do Plano de Comunicação Publicitária **não poderá conter qualquer tipo de marca, sinal, etiqueta, impresso, insígnia, ou outro elemento capaz de identificar o proponente.** A identificação acarretará na inabilitação/desclassificação do certame.

3.4. A proposta comercial e os documentos de habilitação deverão ser apresentados em **2 (dois)** invólucros distintos, identificados da seguinte forma:

INVÓLUCRO C – PROPOSTA COMERCIAL

CONCORRÊNCIA Nº 03/2018

NOME E CNPJ DO PROPONENTE

INVÓLUCRO D – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

CONCORRÊNCIA Nº 03/2018

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 à mídia, quanto a não mídia, indicando, inclusive nominalmente, os veículos de comunicação e respectivos valores/percentuais de custo de divulgação.

3.6. O INVÓLUCRO D – Documentos de Habilitação conterà os documentos referidos no item 06 deste edital, que poderão ser apresentados em original, por qualquer processo de cópia autenticado por cartório competente ou por servidor da administração, ou publicação em órgão da imprensa oficial.

Observação: A licitante que enviar os envelopes antecipadamente, e que não se fizer presente no dia da abertura do envelope contendo a documentação, poderá (opcional) enviar junto no envelope nº 01, DECLARAÇÃO (declaro que desisto expressamente do prazo legal para recurso a que tenho direito na fase de habilitação desde que seja habilitado) assinada pelo representante legal da mesma, dando assim seguimento ao certame.

3.7. A Comissão de Licitações no momento do recebimento dos envelopes fará o registro fotográfico dos envelopes com as propostas técnicas entregues pelas licitantes.

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: texto de, no máximo, 03 (três) páginas, apresentando um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Prefeitura de Erechim, a compreensão do proponente acerca do objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados, de acordo com as informações apresentadas no Briefing.

4.2.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: texto de, no máximo, 03 (três) páginas, em que a licitante indicará as linhas gerais da sua proposta para alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela Prefeitura de Erechim. Deve apresentar e defender o partido temático e o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentam a solução do problema específico de comunicação; deve apresentar e defender os principais pontos de Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

4.2.3. Ideia Criativa: apresentação de peças publicitárias para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária. As peças de comunicação a serem apresentadas serão limitadas a um total de 01 (uma), para cada um dos seguintes meios: jornal ou revista, cartaz, folder, totem, rádio, televisão, outdoor, internet, limitados a um total de 8 (oito) peças de comunicação. **Observação: Tema Geral da campanha publicitária a ser desenvolvida: Turismo Rural, item 06 do Anexo II – Briefing.**

4.2.3.1. Descrição para cada peça publicitária:

Jornal: anúncio de 1pg. - apresentação deve se dar em papel A4, branco; 75gr ou 90 gr.

Revista: anúncio de ½ pg. - apresentação deve se dar em papel A4, branco; 75gr ou 90 gr, respeitando o tamanho do anúncio da revista.

Cartaz: tamanho A3, 4x0 cor - apresentação deve se dar em papel A4, branco; 75gr ou 90 gr.

Folder: tamanho A4 com duas dobras, 4x4 cor, papel couchê 120gr. Apresentação deve se dar exatamente conforme descrição.

Totem: tamanho real (6,3 x 2,3m) - apresentação deve se dar em papel A4, branco; 75gr ou 90 gr.

Rádio: spot com 30" de duração, incluindo a assinatura da Prefeitura de Erechim. Apresentação em pendrive mp3, executável em computadores pessoais.

Televisão: vt de 30" de duração, incluindo a assinatura da Prefeitura de Erechim. Apresentação em pendrive executável em computadores pessoais.

Outdoor: tamanho 9 x 3 metros – apresentação deve se dar em papel A4, branco; 75gr ou 90 gr.

Internet – banner on line com formato e tamanho estipulado a critério do licitante; apresentação deve se dar em papel A4, branco; 75gr ou 90 gr.

4.2.4. Estratégia de mídia e não-mídia: a licitante deverá apresentar a simulação de planos de distribuição das peças de que trata o item 4.2.3.1, sob a forma de texto de, no máximo 03 (três) páginas, em folha A4, em fonte "arial", tamanho 12 pontos, espaçamento simples entre linhas, demonstrando a capacidade da estratégia de comunicação publicitária sugerida pela proponente para atingir os públicos prioritários da campanha, permitida a inclusão, como anexos, de tabelas e gráficos que não serão computados no limite máximo de páginas. Dessa simulação deverão constar informações sobre:



1. O período de distribuição e veiculação das peças;
2. A quantidade de inserções das peças nos veículos de comunicação;
3. Os valores do investimento em cada um dos veículos de comunicação contratados;
4. Os valores da produção de cada peça publicitária;

4.2.5. No cálculo da distribuição dos custos para a produção e veiculação da campanha publicitária de que trata o item 4.2.3, a licitante utilizará como referencial **Sindicato e veículo de mídia**, com uma verba de R\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais) para uma campanha informativa sobre Turismo Rural – Linha Turismo Erechim.

4.2.5.1. Fica a critério da licitante a definição do período de veiculação e dos meios a serem considerados na simulação de mídia. Observação: É necessária a apresentação de todas as peças descritas no 4.2.3. No entanto, a licitante deve fazer a defesa de qual delas precisará ser utilizada na campanha publicitária sugerida pela Prefeitura de Erechim.

4.2.5.2. A critério da Prefeitura de Erechim, a campanha publicitária da proposta vencedora poderá, ou não, vir a ser produzida e veiculada com, ou sem modificações, na vigência do Contrato.

4.3. O Invólucro A – Plano de Comunicação publicitária – Via Identificada:

4.3.1. O Plano de Comunicação Publicitária, Via identificada será apresentado no Invólucro A, assim identificado, mediante aposição de etiqueta conforme item 3.2 do Edital.

4.3.2. O Invólucro A (Via identificada do Plano de Comunicação Publicitária) terá o mesmo teor da Via Não Identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia Criativa, nos termos do artigo 9º, §2º, da Lei Federal nº 12.232/2010.

4.3.3. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem a “Ideia Criativa”, constitui-se em uma cópia da “Via não identificada” que deverá ter a identificação da licitante, ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais por quem detenha poderes de representação legal da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

4.4. 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:

4.4.1. Capacidade de atendimento, demonstrada por meio de:

a) relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante, 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:

c.1) 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;

c.2) 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;

c.3) estratégia para continuidade dos serviços de atendimento, no caso de substituição do profissional responsável.

d) atestado emitido 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).

4.4.2. Repertório, O quesito “Repertório” deverá conter:

a) apresentação, na forma de peças e respectivas fichas técnicas, do conjunto de trabalhos concebidos e veiculados pela proponente, podendo ser apresentadas até 5 (cinco) 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.

b) os vídeos os spots e/ou jingles deverão ser fornecidos em DVD, CD (compact disc) ou pendrive.

c) não serão aceitos trabalhos que configurem apresentação de materiais especulativos, condenados pela Legislação da Propaganda, nem mesmo a título de exemplo ou sugestão.

4.4.3. Relatos de soluções de problemas de comunicação:

a) deverá ser apresentado 02 (dois) case, relatando em, no máximo, 02 (duas) páginas, sob a forma de texto descritivo, os problemas enfrentados e as soluções encontradas, formalmente referendados pelo respectivo anunciante, permitida a inclusão de até 03 (três) peças publicitárias de qualquer tipo, relativas ao relato, sendo vedada a apresentação de ações de comunicação solicitadas e/ou contratadas pela Prefeitura Municipal de Erechim/RS.

Observação: Os textos de que trata o item 4.4.1 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação), deverão ser escritos em fonte Arial, tamanho 12, com 1,5 de espaçamento entre linhas.

4.4.4. A proposta técnica – composta do Plano de Comunicação Publicitária e das Informações do Proponente – deverá ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto as expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, e ser elaborado da seguinte forma:

- em papel A4, branco, 75gr ou 90gr, orientação retrato;
- com textos justificados;
- com espaçamento simples entre linhas;
- com texto em fonte “arial”, tamanho 12 pontos;



- caderno único, com espiral preto, sem capas ou páginas divisórias, com identificação da licitante;
- todas as páginas numeradas em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página.

* Este mesmo caderno deve conter espaços (bolsos) para acomodação do Folder e pendrive, conforme solicitado nesta licitação.

5. INVÓLUCRO C - 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, 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, contendo as seguintes informações:

b.1) percentual de desconto a ser concedido sobre os valores previstos na Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências do Rio Grande do Sul, a título de custos internos a serem executados, **LIMITADOS A 80%**;

b.2) 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 a licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, conforme art. 11 da Lei n.º 4.680/1965, **LIMITADOS A 15%**

b.3) percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes a 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 aprazada 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. INVÓLUCRO D – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

6.1. 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 sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores.

c) Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício.

6.2. Regularidade Fiscal e Trabalhista

a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ).

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

c) Certidão de Quitação ou Regularidade junto às Fazendas (do domicílio ou sede do licitante):

* MUNICIPAL;

* ESTADUAL;

* FEDERAL (Prova de regularidade fiscal quanto aos débitos inscritos ou não em Dívida Ativa da União, inclusive em relação às contribuições previdenciárias, apresentando a Certidão Negativa de Débitos Relativos aos Tributos Federais e à Dívida Ativa da União).

d) Prova de regularidade junto ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço apresentando o CRF - Certificado de Regularidade do FGTS.

e) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação da Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), em vigor (Lei Federal 12.440/2011).

6.3. Cumprimento ao disposto no art. 7º, XXXIII da CF

a) Declaração da Empresa Licitante de que não mantém menores nas condições do Artigo 7º, Inciso XXXIII da Constituição Federal.

6.4. 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 e devidamente certificada pela entidade profissional competente, expedidas em nome da licitante;

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.

6.5. Qualificação Econômico-Financeira

a) Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da Lei, com indicação do número do Livro Diário e Termo de Abertura e Encerramento, número de registro na Junta Comercial e numeração das folhas onde se encontram os lançamentos, que comprovem a boa situação financeira da empresa, cujos índices mínimos aceitáveis serão apurados pela aplicação da seguinte fórmula:

* LIQUIDEZ GERAL.....: $LG = (AC+ARLP)/(PC+PELP) = \text{índice mínimo: } 1,00$

* LIQUIDEZ CORRENTE...: $LC = (AC/PC) = \text{índice mínimo: } 1,00$

* SOLVÊNCIA GERAL....: $SG = (AT)/(PC+PELP) = \text{índice mínimo: } 1,00$

ONDE:

AC = Ativo Circulante

ARLP = Ativo Realizável a Longo Prazo

AT = Ativo Total

PC = Passivo Circulante

PELP = Passivo Exigível a Longo Prazo

Observação: É vedada substituição do balanço por balancetes ou balanço provisório, podendo aquele ser atualizado por índices oficiais quando encerrado há mais de 03 (três) meses da data de apresentação da proposta.

b) Certidão negativa de falência ou concordata expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, dentro do prazo de validade previsto na própria certidão, ou, na omissão desta, expedida a menos de 3 (três) meses contados da data da sua apresentação. Entende-se como sede da Pessoa Jurídica, a matriz do estabelecimento.

6.6. Do Certificado de Registro Cadastral (CRC)

a) As empresas portadoras de CRC (Certificado de Registro Cadastral) expedido pela Comissão Permanente de Licitações do Município de Erechim, e em vigor, poderão utilizá-lo em substituição aos documentos exigidos nos itens 6.1, 6.2, 6.3 e 6.5 "B" deste Edital. O CRC não será considerado para efeito



de habilitação quando apresentar documentação com prazo de validade vencido, salvo se a empresa apresentar junto ao mesmo, os documentos atualizados.

6.7. Da habilitação da microempresa e empresa de pequeno porte:

6.7.1. A empresa que pretender se utilizar dos benefícios previstos nos art. 42 a 45 da Lei Complementar 123, de 14 de dezembro de 2006, deverá apresentar, **no envelope da habilitação, Certidão expedida pela Junta Comercial ou Declaração do responsável legal, assinada conjuntamente pelo contador responsável da empresa**, de que, sob as penas da Lei, cumpre os requisitos legais para qualificação como microempresa e empresa de pequeno porte, de acordo com a legislação vigente e modelo disponível junto a este edital (Anexo I), que serão consideradas válidas até 01 (um) ano após a data de sua emissão.

6.7.2. A microempresa e a empresa de pequeno porte que atender aos itens 6.8.1 deste Edital, que possuir restrição em qualquer dos documentos de regularidade fiscal, previstos nas alíneas “A” a “D” do item 6.2 deste Edital, terá sua habilitação condicionada à apresentação de nova documentação, que comprove a sua regularidade, em 05 (cinco) dias úteis, a contar da data em que for declarada como vencedora do certame.

6.7.3. O benefício de que trata o item anterior não eximirá a microempresa e empresa de pequeno porte da apresentação de todos os documentos, ainda que apresentem alguma restrição.

6.7.4. O prazo que trata o item 6.8.2 deste Edital, poderá ser prorrogado uma única vez, por igual período, a critério da Administração, desde que seja requerido pelo interessado e que sua concessão não interfira no procedimento licitatório. O pedido deverá ser feito de forma motivada e durante o transcurso do respectivo prazo.

6.7.5. A não regularização da documentação, no prazo fixado no item 6.8.2, implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das penalidades previstas neste Edital, sendo facultado à Administração convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, ou revogar a licitação.

6.8. Disposições Gerais acerca da habilitação

6.8.1. Os prazos máximos de validade das Certidões de Quitação ou Regularidade, caso não constem nas mesmas, serão de 03 (três) meses a contar da data de emissão.

6.8.2. Os documentos deverão ser apresentados em originais ou fotocópias, desde que autenticadas em Cartório ou por funcionário habilitado da Divisão de Licitações. Em caso de autenticação por funcionário da Prefeitura Municipal de Erechim, deverão ser encaminhadas 24 (vinte e quatro) horas antes da data prevista para entrega/abertura, sob pena de não nos responsabilizarmos em efetuar a autenticação no prazo hábil.

6.8.3. Os documentos emitidos pela Internet, poderão ter a sua validade verificada pela Comissão Permanente de Licitações. Tal procedimento dar-se-á no momento da análise dos documentos, onde serão selecionados de forma aleatória os documentos que terão sua autenticidade conferida no site do respectivo



órgão.

6.8.4. A constatação, a qualquer tempo, de adulteração ou falsificação dos documentos apresentados, ensejará aplicação da penalidade de suspensão temporária do direito de licitar e contratar com a administração pública, pelo prazo de até 02 (dois) anos, bem como declaração de inidoneidade da empresa, independentemente das medidas penais cabíveis.

6.8.5. As empresas licitantes estão obrigadas, no que diz respeito a habilitação no certame, a apresentar toda a documentação supracitada, comprovando a sua regularidade perante os referidos órgãos, sendo que tais documentos deverão ser entregues acondicionados em envelopes devidamente identificados.

6.8.6. Entretanto, caso seja apresentado documento com prazo de validade vencido, e se o mesmo estiver disponível na Internet, a Comissão Permanente de Licitações poderá, no momento da sessão de abertura e recebimento dos envelopes, comprovar a regularidade da empresa perante o referido órgão.

6.8.7. A Comissão Permanente de Licitações, se impedida de realizar tal procedimento, em virtude de problemas relativos a falha da página eletrônica do órgão ou outro problema superveniente, que impeça a comprovação da regularidade da empresa, efetuará a inabilitação da licitante.

6.8.8. O referido nos itens anteriores não exime as licitantes da apresentação da comprovação de regularidade exigida no item "Conteúdo obrigatório do invólucro D - habilitação" deste Edital, sendo que tal procedimento só será efetuado em casos excepcionais, visando agilizar o procedimento licitatório.

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, conforme determina a Lei nº 12.232/10 (art. 10, § 1º e § 3º), **conforme item 11 do edital.**

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:

QUESITO PONTUAÇÃO MÁXIMA

A) PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA 60% pontos no total:

I Raciocínio Básico 10

Acuidade de compreensão sobre:

1 - as características do município de Erechim e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;

2 – os objetivos, geral e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação.



II Estratégia de Comunicação Publicitária 20

- 1 – a adequação do tema e do conceito propostos à natureza do desafio de comunicação a ser enfrentado;
- 2 – a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do tema e do conceito propostos;
- 3 – a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do município de Erechim com seus públicos;
- 4 – a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação;
- 5 – a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- 6 – a capacidade de articular os conhecimentos sobre o município de Erechim e sobre o problema específico de comunicação, os públicos, os objetivos e a verba disponível.

III Ideia Criativa 20

- 1 – sua adequação ao desafio da comunicação;
- 2 – sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- 3 - a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- 4 - a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- 5 - sua pertinência as atividades da Prefeitura de Erechim
- 6 – os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas;
- 7 – a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos;
- 8 – a exequibilidade das peças.

IV Estratégia de Mídia e Não Mídia 10

- 1 – o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- 2 – a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- 3 – a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação as duas alíneas anteriores;
- 4 – a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura de Erechim;
- 5 – a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;



6 – a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa

B) INFORMAÇÕES DA PROPONENTE 40% pontos no total:

I Capacidade de atendimento 10

1 – o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;

2 – o tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;

3 – a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária;

4 – a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;

5 – a operacionalidade do relacionamento entre a SECOM e a licitante, esquematizado na proposta;

6 – a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da SECOM – sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

II Repertório 15

1 - a ideia criativa e sua pertinência;

2 – a clareza da exposição;

3 – a qualidade da execução das informações prestadas.

III Relatos de soluções de problemas de comunicação 15

1 – a evidência de planejamento publicitário;

2 – a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;

3 – a relevância dos resultados apresentados;

4 - a concatenação lógica da exposição.

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

7.4.1. Se na avaliação de um quesito ou sub-quesito 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 à 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 persistir o empate das propostas técnicas, o desempate será realizado por sorteio, em ato público, conforme § 2º do art. 45 da Lei nº 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 contendo o Plano de Comunicação Publicitaria - via não identificada).

7.10. A subcomissão técnica elaborará ata de julgamento do plano de comunicação publicitária e encaminhará a Comissão Permanente de Licitações, acompanhada das 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 a contratação administrativa, preços globais ou unitários simbólicos, 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
Percentual de desconto a ser concedido sobre os serviços a serem executados pela contratada (alínea 'b.1' item 5.1)	1,0 X __%
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 não proporcione ao licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação (alínea 'b.2' item 5.1)	(-) 0,5 X __%
Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes a 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; (alínea 'b.3' item 5.1)	(-) 0,5 X __%
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 sua planilha de quantitativos e custos, sem o símbolo %.	

8.3.1 Cálculo da Nota Final:

$$(+P1) + (-P2) + (-P3) = \text{___} \times 100 = \text{Pontuação da Proposta Comercial (PPC)}$$

OBS: Para efeito de cálculo da 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:



$(PPT \times 70\%) + (PPC \times 30\%) = \text{PONTUAÇÃO FINAL}$

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 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 Permanente de Licitações 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 Permanente 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 Permanente 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 Permanente de Licitações 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 Permanente de Licitações rubricará o fecho dos envelopes que contém a via identificada do plano de comunicação publicitária, a proposta de preços e o envelope de documentos (**INVÓLUCROS A, C e D**).

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 Permanente de Licitações 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 Permanente de Licitações encaminhará a 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 Permanente de Licitações da planilha com as pontuações e da justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

10.8. A Comissão Permanente de Licitações se reunirá em sessão pública, que será publicada com antecedência, 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 Permanente de Licitações realizará, em sessão pública, que será publicada com antecedência, 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 Permanente 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, para posterior julgamento.

10.12. A Comissão Permanente de Licitações, após a classificação geral das propostas técnicas e de



preços, bem como do julgamento relativo a fase de habilitação do certame, declarar o licitante vencedor, submetendo o processo a 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 formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos 1/3 (um terço) deles não mantém nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Administração Municipal.

11.2. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica foi realizada por sorteio, em sessão pública, entre os nomes previamente cadastrados pela Secretaria Municipal de Comunicação Social.

11.3. O sorteio da Subcomissão Técnica definiu 03 (três) membros e 02(dois) suplentes, para os casos de impedimento de qualquer dos membros efetivos, respeitada a proporcionalidade.

11.4. O processo de cadastramento e sorteio dos profissionais para composição da subcomissão técnica seguiu todas as normas da Lei 12.232/2010 e foi realizado através do Processo Administrativo nº 14491/2018, Chamada Pública nº 11/2018.

12. DOS RECURSOS

12.1. Os licitantes poderão interpor recurso, após a publicação ou notificação do parecer da Comissão Permanente de Licitações, conforme prazo estabelecido no art. 109 da Lei Federal 8.666/93, nos casos de:

- * Habilitação ou inabilitação do licitante;
- * Julgamento das propostas; (técnica e financeira)
- * Anulação ou revogação da licitação.

12.2. Os recursos devem observar os seguintes requisitos:

- A)** apresentação na forma escrita;
- B)** identificação objetiva dos fatos e o direito que o licitante pretende que sejam revistos pela Comissão Permanente de Licitações;
- C)** assinatura do representante legal da recorrente ou por procurador devidamente habilitado no processo.

13. DOS PRAZOS

13.1. Esgotados todos os prazos recursais a Administração notificará o licitante vencedor, através de "Convocação Formal", para no prazo de 05 (cinco) dias assinar o contrato sob pena de decair do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no Artigo 81 da Lei Federal 8.666/93.



13.2. O contrato deverá ser assinado junto à Divisão de Contratos - Secretaria Municipal de Administração do Município de Erechim - sito Av. Farrapos, 509, pelo representante legal da empresa ou pessoa legalmente autorizada através de procuração.

13.3. Ao licitante vencedor convocado para assinar o contrato, que não o fizer no prazo estipulado, será aplicada MULTA DE 5% (CINCO POR CENTO) sobre o valor da proposta.

13.4. Se, dentro do prazo o convocado não assinar o contrato, a Administração convocará os participantes remanescentes, na ordem de classificação, para assinatura do contrato, em igual prazo e nas mesmas condições propostas pelo primeiro classificado, inclusive quanto aos preços, sem prejuízo da multa imposta no item anterior ao faltante.

13.5. Informar, objetiva e legivelmente, os dados necessários para a elaboração do contrato administrativo. O formulário poderá ser colocado dentro do envelope "D" documentação ou entregue em separado à Comissão Permanente de Licitações.

13.6. O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses, a contar de sua assinatura, podendo ser prorrogado, a critério das partes, nos termos do art. 57, inciso II, da Lei Federal nº 8.666/93.

14. DA FISCALIZAÇÃO

14.1. A fiscalização dos serviços será feita pela Secretaria Municipal de Comunicação Social da Prefeitura Municipal de Erechim.

14.2. São prerrogativas da Contratante:

a) proceder a mais ampla fiscalização sobre a fiel execução dos serviços, objeto desta licitação, sem prejuízo da responsabilidade da licitante vencedora;

b) avaliar a qualidade e execução dos serviços, emitindo o termo de aceite dos serviços licitados, podendo rejeitá-los no todo ou em parte, através de documento formal, fazendo constar o motivo e a fundamentação;

c) exigir o cumprimento de todos os itens desta convocação segundo suas especificações;

d) é assegurado à fiscalização o direito de solicitar a substituição de qualquer funcionário vinculado à empresa prestadora dos serviços, que apresente comportamento incompatível com os serviços que constituem o objeto desta licitação.

15. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

A aplicação de penalidades à CONTRATADA reger-se-á conforme o estabelecido na Seção II do Capítulo IV – Das Sanções Administrativas da Lei Federal nº 8.666/93.

15.1. Caso a CONTRATADA se recuse a prestar os serviços conforme o contratado, sem motivo justificado, ficará caracterizado o descumprimento total da obrigação assumida, sendo-lhe aplicada, isolada ou cumulativamente:



- a) advertência, por escrito:
- b) multa sobre o valor global da contratação:
- c) suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração;
- d) declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

15.1.1. Caso a CONTRATADA não possa cumprir os prazos estipulados, deverá apresentar justificativa por escrito, até o vencimento do prazo de entrega do objeto, ficando a critério da CONTRATANTE a sua aceitação.

15.1.2. Se a fiscalização identificar irregularidades ou desconformidades, passíveis de saneamento, a CONTRATADA será notificada para, em prazo determinado, proceder às correções necessárias. Se, findo o prazo estabelecido, as irregularidades não forem sanadas, será considerada a inadimplência contratual.

15.1.3. A partir dessa data, considerar-se-á recusa, sendo-lhe aplicada as sanções de que trata o subitem 15.1, sem prejuízo da aplicação do contido no subitem 15.2.

15.1.4. A sanção de advertência será aplicada, por escrito, caso a inadimplência ou irregularidade cometida pela CONTRATADA acarrete consequências de pequena monta.

15.1.5. Pela inexecução total da obrigação, a CONTRATANTE rescindir o contrato e poderá aplicar multa de 10% (dez por cento) sobre o valor global do contrato.

15.1.6. Em caso de inexecução parcial da obrigação, poderá ser aplicado o percentual de 5% (cinco por cento) sobre o valor global do contrato.

15.1.7. No caso de reincidência, ou em situações que causem significativos transtornos, danos ou prejuízos à Administração, será aplicado ao licitante a sanção de suspensão temporária de participar em licitação e impedimento de contratar com a Administração, por prazo não superior a 02 (dois) anos.

15.1.8. Caracterizada situação grave, que evidencie dolo ou má-fé, será aplicada ao licitante a sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a CONTRATADA ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base no subitem anterior.

15.2. Fica estipulado o percentual de 0,25% (vinte e cinco centésimos percentuais) sobre o valor global contratado a título de mora, por descumprimento de obrigação contratual e/ou por dia de atraso no cumprimento de qualquer prazo previsto neste instrumento contratual, independente da notificação prevista no subitem 15.1.2.

15.3. As multas devidas e/ou prejuízos causados às instalações do CONTRATANTE, pela CONTRATADA, serão deduzidos dos valores a serem pagos, recolhidos em conta específica em favor do CONTRATANTE, ou cobrados judicialmente.

15.3.1. Se a CONTRATADA não tiver valores a receber do CONTRATANTE, terá o prazo de 05 (cinco) dias úteis, após a notificação oficial, para recolhimento da multa na forma estabelecida no subitem



anterior.

15.4. A aplicação de multas, bem como a rescisão do contrato, não impedem que o CONTRATANTE aplique à CONTRATADA as demais sanções previstas no subitem 15.1.

15.5. A aplicação de quaisquer das sanções relacionadas neste instrumento contratual será precedida de processo administrativo, mediante o qual se garantirão a ampla defesa e o contraditório.

16. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

16.1. O pagamento será efetuado em parcelas, mediante apresentação de fatura acompanhada de documentos e/ou mídia que comprovem a execução dos serviços de publicidade, veiculação e de terceiros previstos neste Edital, bem como da Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Sul. Portanto, será pago diretamente à empresa contratada (Agência) os valores correspondentes a publicidade, veiculação e terceirizados (com base na Tabela do Sindicato).

16.2. O pagamento será efetuado no 30º (trigésimo) dia subsequente a contar da confirmação dos serviços pelo Município. Se o término deste prazo coincidir com dia sem expediente na Prefeitura Municipal, considerar-se-á como vencimento o primeiro dia útil imediato.

16.3. Não haverá pagamento de tributos e outros encargos por parte da Prefeitura Municipal de Erechim.

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

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

17. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

17.1. Na execução do objeto do presente contrato, envia-se a CONTRATADA todo o empenho e dedicação necessários ao fiel e adequado cumprimento dos encargos que lhe forem confiados, obrigando-se ainda, além das previstas neste instrumento ou dele decorrentes, a:

17.1.1. Designar um profissional para representá-la junto ao Município, promover o controle do pessoal, respondendo perante a mesma, por todos os atos e fatos gerados ou provocados por sua equipe,

17.1.2. Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

17.1.3. Realizar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de terceiros – todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo CONTRATANTE.

17.1.4. Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica da Concorrência que deu origem a este ajuste) na elaboração dos serviços objeto deste contrato, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que



previamente aprovada pelo CONTRATANTE.

17.1.5. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros e transferir, integralmente, ao CONTRATANTE descontos especiais (além dos normais, previstos em tabelas), bonificações, reaplicações, prazos especiais de pagamento e outras vantagens.

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

17.1.7. Fazer cotações prévias de preços para todos os bens e serviços a serem prestados por terceiros.

17.1.8. Só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados junto ao Município, na forma do Art. 14 e seguintes da Lei nº 12.232/2010.

17.1.9. Apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre integrantes do cadastro de fornecedores que atuem no ramo do mercado pretendido.

17.1.10. Exigir do fornecedor ou prestador de serviços que conste da cotação apresentada, além de sua identificação completa, o descritivo de bens ou serviços, suas especificações e seus valores unitários e totais.

17.1.11. Exceto nos casos de compra de mídia, em todas as demais contratações de terceiros, observar os procedimentos definidos nos §§ 2º e 3º da Lei nº 12.232/2010 para conhecimento das cotações de orçamentos.

17.1.12. Se não houver possibilidade de obter três propostas, a CONTRATADA deve apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

17.1.13. Obter a aprovação prévia do CONTRATANTE, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

17.1.14. Submeter a subordinação de terceiros, para a execução de serviços objeto deste contrato, a prévia e expressa anuência do CONTRATANTE.

17.1.15. Nesses casos, a CONTRATADA permanece com todas as suas responsabilidades contratuais perante o CONTRATANTE.

17.1.16. A contratação de serviços ou compra de material de empresa em que a CONTRATADA ou seus funcionários tenham, direta ou indiretamente participação societária, ou qualquer vínculo comercial, somente poderá ser realizado após comunicar ao CONTRATANTE esse vínculo e obter sua aprovação.

17.1.17. Produzir, após a respectiva aprovação do serviço pelo CONTRATANTE, em formato digital, uma cópia de spots e jingles de rádio.

17.1.18. Orientar a produção das peças gráficas (folhetos, cartazes, mala direta, etc) aprovadas pelo CONTRATANTE.

17.1.19. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por



terceiros por ela contratada.

17.1.20. Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolva o nome do CONTRATANTE, mediante sua prévia e expressa autorização.

17.1.21. Prestar esclarecimentos ao CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

17.1.22. Submeter previamente ao CONTRATANTE a eventual caução ou utilização deste contrato em qualquer operação financeira.

17.1.23. Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Concorrência que deu origem a este ajuste.

17.1.24. Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes das infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legalidade estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

17.1.25. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus funcionários e, quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros contratados.

17.1.26. Assumir, com exclusividade, todos os impostos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas a Previdência Social, encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

17.1.27. Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

17.1.28. Apresentar, quando solicitado pelo CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

17.1.29. Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e ao próprio CONTRATANTE.

17.1.30. Em casos de subcontratação de terceiros para a execução, total ou parcial, de serviços estipulados neste instrumento, exigir dos eventuais contratados, no que couber, as mesmas condições do presente contrato.

17.1.31. Manter, por si, por seus prepostos e subcontratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto a estratégia de atuação do CONTRATANTE.

17.1.32. A infração a este dispositivo, implicará a rescisão imediata deste contrato e sujeitara a CONTRATADA as penas da Lei nº 9.279, de 14.05.96, e as indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

17.1.33. Responder perante o CONTRATANTE e terceiros, por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de sua omissão, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou por erro seu em quaisquer serviços objeto deste contrato.

17.1.34. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para o



CONTRATANTE.

17.1.35. Responsabilizar-se pelos ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou subcontratados, bem como se obrigar por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

17.1.36. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar o CONTRATANTE e de mantê-lo a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará o CONTRATANTE as importâncias que esta tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

17.1.37. Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção a propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionados com os serviços objeto deste contrato.

18. OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

18.1. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;

18.2. Comunicar por escrito, a CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas úteis;

18.3. Fornecer e colocar a disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários a execução dos serviços;

18.4. Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

18.5. Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;

18.6. Notificar a contratada por escrito com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

18.7. Acompanhar e fiscalizar a execução do contrato por meio de servidor especialmente designado, nos termos do art. 67, da Lei nº 8.666/93.

18.8. O Município se compromete a efetuar os pagamentos nos termos estipulados neste Edital.

18.9. Fornecer à licitante vencedora, em tempo oportuno, os dados, informações e documentos de que necessitar para o desempenho do objeto ora contratado.

18.10. Autorizar previamente a elaboração de qualquer projeto relacionado com o objeto do contrato e fiscalizar e controlar sua execução.

18.11. Fiscalizar e controlar a execução do presente contrato, zelando para que se observem as diretrizes da política de comunicação social do Município e das tabelas de preços a que se sujeita a prestação dos serviços.



18.12. Realizar a contratação dos serviços gráficos (fornecedores gráficos), pertinentes ao objeto da presente licitação.

19. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTARIA

No ano de 2018, as despesas correrão à conta da seguinte Dotação Orçamentária, constante do Orçamento Anual e, se o contrato abranger outros exercícios, a cada ano será expedida nova Nota de Empenho, com as quantidades e valores referentes àquele exercício, que será empenhada na Dotação Orçamentária correspondente:

CÓDIGO ORÇAMENTÁRIO: 08.01

PROJETO/ATIVIDADE: 2.110

ELEMENTO DESPESA: 3390.39.92.00.00

20. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

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

20.1.1. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital aquele que não o fizer até 2 (dois) dias úteis antes da data designada para a abertura dos envelopes, apontando de forma clara e objetiva as falhas e/ou irregularidades que entenderem viciarem o mesmo, nos termos do artigo 41, §2º da Lei 8.666/93.

20.1.2. Não serão aceitos pedidos de impugnações intempestivas ou promovidos por intermédio de correio eletrônico.

20.1.3. Serão aceitas as impugnações recebidas por via postal, desde que entregues na Divisão de Licitações até o prazo estabelecido no item 20.1.1, sendo desconsiderada a data da postagem.

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

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

20.6. Do contrato a ser assinado com o vencedor da presente licitação constarão as cláusulas necessárias previstas no art. 55 e a possibilidade de rescisão do contrato, 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 nº 12.232/2010.

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

a) A aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste edital



Estado do Rio Grande do Sul
PREFEITURA MUNICIPAL DE ERECHIM
Secretaria Municipal de Administração
Divisão de Compras e Licitações
- Divisão de Licitações -

ERECHIM
100 Anos
Aqui é nossa casa!

e de seus anexos.

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

20.8. Os interessados deverão acompanhar as modificações e os esclarecimentos sobre o edital, disponibilizados na forma de aditamentos, esclarecimentos e comunicados no site <http://www.pmerechim.rs.gov.br>. Portanto, fica sob a inteira responsabilidade dos interessados o acompanhamento das atualizações efetuadas pela Administração, que poderão ocorrer a qualquer momento.

20.9. Quaisquer informações ou dúvidas de ordem técnica, bem como aquelas decorrentes de interpretação do edital, serão prestadas aos interessados no horário de funcionamento, na Divisão de Licitações, sito Av. Farrapos, 509 ou pelo fone (54) 3522-4443.

21. DO FORO:

21.1. Fica eleito o Foro da Comarca de Erechim/RS para dirimir quaisquer litígios oriundos da licitação e do contrato dela decorrente, com expressa renúncia a outro qualquer, por mais privilegiado que seja.

PREFEITURA MUNICIPAL DE ERECHIM, 07 DE DEZEMBRO DE 2018.

VALDIR FARINA
Secretário Municipal de Administração e
Secretário Municipal de Comunicação Social
Cumulativa e Interinamente

ELIANE SANTOLIN VARASCHINI
Gestora

JAQUELINE MIOLO
Chefe da Divisão de Licitações



Estado do Rio Grande do Sul
PREFEITURA MUNICIPAL DE ERECHIM
Secretaria Municipal de Administração
Divisão de Compras e Licitações
- Divisão de Licitações -

ERECHIM
100 Anos
Aqui é nossa casa!

ANEXO I

MODELO DE DECLARAÇÃO PARA MICROEMPRESA E EMPRESA DE PEQUENO PORTE

A empresa _____, inscrita no CNPJ sob nº _____, por meio de seu representante legal (ou procurador) Sr. _____, CPF ____ (nº) ____, DECLARA sob as sanções administrativas cabíveis e sob as penas da lei, ser _____ (microempresa ou empresa de pequeno porte), nos termos de legislação vigente, não possuindo nenhum dos impedimentos previstos no parágrafo 4º do art. 3º da Lei Complementar nº 123/2006.

Local e Data

Nome e Ass. Representante Legal

Nome e Ass. Contador - CRC