



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

EDITAL DE CONCORRÊNCIA

PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

EDITAL DE CONCORRÊNCIA N.º 01/2013 – processo n.º 30.11.2013.

TIPO MELHOR TÉCNICA E MENOR PREÇO

***Edital de concorrência para a
contratação de serviços técnicos de
publicidade.***

O PREFEITO MUNICIPAL DE CACEQUI, FLÁVIO GILBERTO DORNELES MACHADO, 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 10:00 horas, do dia 11 do mês de março do ano de 2013, na sala de reuniões do Gabinete do prefeito Municipal, na Rua Bento Gonçalves , 303, centro, se reunirá a Comissão Permanente de Licitações, com a finalidade de receber os envelopes de documentação e propostas para execução dos serviços de publicidade e propaganda.

1. OBJETO

Constitui objeto da presente licitação a prestação dos serviços técnicos de publicidade institucional do Município de Cacequi, 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, definidos no Anexo I- *BRIEFING*, compreendendo as seguintes atividades:

1.1 Elaboração de um Plano de Comunicação, que será avaliado e aprovado pela Assessoria de Comunicação Social do Município e por comissão designada para o ato, pelo Prefeito Municipal.



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

1.2 Desenvolvimento de ações destinadas a fortalecer a imagem institucional do Município de Cacequi, 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.

1.3 Os serviços referentes à criação/concepção das ações de publicidade não poderão ser objeto de sub-contratação.

1.4 A verba destinada ao contrato administrativo de serviços de publicidade decorrente desta licitação é de até R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais).

2. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

2.1 Poderão participar desta licitação todos os interessados que atenderem às condições editalícias.

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 Cacequi, 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.



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

2.2.2 Servidor ou dirigente do órgão licitante, de acordo com o inciso III do art. 9º da Lei n.º 8.666/1993.

2.3 É vedada a participação de licitante com mais de uma proposta.

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

2.4.1 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.

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

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

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.

3.2 A proposta técnica deverá ser apresentada em três invólucros distintos, sendo um não identificado, contendo o Plano de Comunicação Publicitária da proponente, e outros dois identificados da seguinte forma:

INVÓLUCRO A – PROPOSTA TÉCNICA
Plano de Comunicação Publicitária (via identificada)
CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º 01/2013
NOME E CNPJ DO PROPONENTE

INVÓLUCRO B – PROPOSTA TÉCNICA
Informações do Proponente
CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º 01/2013
NOME E CNPJ DO PROPONENTE



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

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.

3.4 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.

3.5 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 01/2013
NOME E CNPJ DO PROPONENTE**

**INVÓLUCRO D – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º 01/2013
NOME E CNPJ DO PROPONENTE**

3.6 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 (sessenta) 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.

3.7 O **INVÓLUCRO D** – Documentos de Habilitação, conterá os documentos referidos nos itens 6 a 6.13 deste 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.

3.7.1 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



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

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 I 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 Cacequi, a compreensão do proponente acerca do objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados. Deverá ser elaborado em no máximo 02 lauda(s) de 30 linha(s), com fonte de texto "Times New Roman", corpo 12, espaçamento entre linhas 1,5, papel tamanho A4, margens de dois centímetros a partir da borda esquerda e direita.

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 02 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 centímetros a partir da borda esquerda e direita.

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 (item 4.2.2). As peças a serem apresentadas serão limitadas a no mínimo 1 e no máximo 03 (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, 03 lauda(s), em folha de tamanho A4, de 25 linha(s) cada, com fonte de texto "Times New



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

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.

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

4.2.4.2 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:

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;



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

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

d) 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 02 (duas) peças, 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 A critério do Município de Cacequi, 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, contendo as seguintes informações:

b.1) percentual de desconto a ser concedido sobre os serviços a serem executados pela contratada;

b.2) percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes a produção e a execução técnica de



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

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;

b.3) 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;

b.4) percentual de honorários a ser cobrado na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao cachê original a ser pago pela Administração Municipal a atores e modelos, pelos direitos de uso de imagem e som de voz;

b.5) percentual de honorários a ser cobrado na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela Administração Municipal aos detentores dos direitos patrimoniais de uso dessas obras.

Observação 1: O prazo de validade da proposta é de 60 dias a contar da data aprezada 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 Os honorários relativos aos itens das alíneas “b.4” e “b.5” do item 5.1 poderão ter seus valores reajustados pela variação do Índice Geral de Preços de Mercado – IGPM, disponibilizado pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), desde que decorrido um ano da cessão original dos direitos.

5.4 A participação nesta licitação, com a respectiva apresentação de proposta de preços pelos interessados, implica, para a vencedora do certame, quando da execução do



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

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.

5.5 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;

6.2 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.

6.3 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



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

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);

6.4 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.

6.5 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.

6.6 QUALIFICAÇÃO ECONÔMICA-FINANCEIRA

a) Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, com a indicação do n.º do Livro Diário, 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:



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

$$\text{LIQUIDEZ INSTANTÂNEA: } \frac{AD}{PC} = \text{índice mínimo: (*)}$$

$$\text{LIQUIDEZ CORRENTE: } \frac{AC}{PC} = \text{índice mínimo: (*)}$$

$$\text{LIQUIDEZ GERAL: } \frac{AC + ARLP}{PC + PELP} = \text{índice mínimo: (*)}$$

$$\text{GERÊNCIA DE CAPITAIS DE TERCEIROS: } \frac{PL}{PC + PELP} = \text{índice mínimo: (*)}$$

$$\text{GRAU DE ENDIVIDAMENTO: } \frac{PC + PELP}{AT} = \text{índice máximo: (*)}$$

(*) definir

Onde: AC = Ativo Circulante; AD = Ativo Disponível; ARLP = Ativo Realizável a Longo Prazo; AP = Ativo Permanente; AT = Ativo Total; PC = Passivo Circulante; PELP = Passivo Exigível a Longo Prazo; PL = Patrimônio Líquido.

Observação: É vedada substituição do balanço por balancete 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 recuperação judicial expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, em prazo não superior a 90 (noventa) dias da data designada para a apresentação do documento;

6.7 A empresa que pretender se utilizar dos benefícios previstos nos art. 42 a 45 da Lei Complementar n.º 123, de 14 de dezembro de 2006, deverá apresentar, no envelope de habilitação, declaração, firmada por contador, de que se enquadra como microempresa ou empresa de pequeno porte, além de todos os documentos previstos neste edital.

6.7.1 As cooperativas que tenham auferido no ano calendário anterior, receita bruta até o limite de 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais), gozarão dos



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

benefícios previstos nos art. 42 a 45 da Lei Complementar n.º 123, de 14 de dezembro de 2006, e no art. 34, da Lei n.º 11.488, de 15 de junho de 2007, desde que também apresentem, no envelope de habilitação, declaração, firmada por contador, de que se enquadram no limite de receita referido acima, além de todos os documentos previstos neste edital.

6.8 A microempresa e a empresa de pequeno porte, bem como a cooperativa que atender ao item 6.1, que possuir restrição em qualquer dos documentos de regularidade fiscal, previstos neste edital, terá sua habilitação condicionada à apresentação de nova documentação, que comprove a sua regularidade em dois dias úteis, a contar da data em que for declarada como vencedora do certame.

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

6.10 O prazo de que trata o item 6.8 poderá ser prorrogado uma única vez, por igual período, a critério da Administração, desde que seja requerido pelo interessado, de forma motivada e durante o transcurso do respectivo prazo.

6.11 A não regularização da documentação, no prazo fixado no item 6.8, implicará na decadência do direito à contratação, sem prejuízo das penalidades cabíveis, sendo facultado à Administração convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, ou revogar a licitação.

6.12 Os documentos constantes dos itens 6.1 a 6.6 poderão ser apresentados em original, por cópia autenticada por tabelião ou por funcionário do Município ou publicação em órgão de imprensa oficial. Sendo que os documentos dos itens 6.3 e 6.4 poderão, ainda, serem extraídos de sistemas informatizados (*internet*) ficando sujeitos a verificação de sua autenticidade pela Administração.

6.13 Se o proponente se fizer representar, deverá juntar procuração ou carta de credenciamento, outorgando poderes ao representante para decidir a respeito dos atos constantes da presente licitação.



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

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
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
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 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.



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

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)).



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

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
Percentual de desconto a ser concedido sobre os serviços a serem executados pela contratada (alínea 'b.1' item 5.1)	1,0 X Desconto
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)	5,0 X Desconto
Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores (alínea 'b.3' item 5.1)	3,0 X Desconto



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

Percentual de honorários a serem cobrados na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao cachê original a ser pago a atores e modelos (alínea 'b.4' item 5.1)	0,5 X Desconto
Percentual de honorários a serem cobrados na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago aos detentores dos direitos patrimoniais de uso dessas obras (alínea 'b.5' item 5.1)	0,5 X Desconto
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 %.	

8.4 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;



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

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.



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

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.



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

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 com conhecimento na área de comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, vinculados ou não a administração pública municipal.

11.2 A relação dos nomes referidos nos subitens 11.1 será publicada no átrio da prefeitura, lugar de costume para publicações legais, em prazo não inferior a 10 (dez) dias anteriores à data em que será realizada a sessão pública.

11.3 Para os fins do cumprimento do disposto na Lei n.º 12.232/2010, até 48 (quarenta e oito) horas após a publicação, qualquer interessado poderá impugnar os nomes da relação a que se referem os subitens 11.1 e 11.2, mediante recurso escrito.

11.4 Admitida à 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.

11.5 A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto no art. 10 da Lei nº 12.232/2010.

11.5.1 Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 11.1.

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

11.7 Nova indicação será processada 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

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, no prazo de 05 (cinco) dias, convocará o vencedor *para 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 que trata o item anterior poderá ser prorrogado uma vez, pelo mesmo período, desde que seja feito de forma motivada e durante o transcurso do respectivo prazo.

13.3 Se, dentro do prazo, a convocada não assinar o contrato, a Administração convocará os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, em igual prazo e nas mesmas condições propostas pela primeira classificada, inclusive quanto aos preços atualizados pelo critério previsto neste edital, ou então revogará a licitação, sem prejuízo da aplicação da pena de multa, no valor correspondente a 10% (dez por cento) do valor do contrato e mais a suspensão temporária da participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração por prazo de 02 (dois) anos.



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

13.4 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. DAS PENALIDADES

14.1 multa de 0,5 % (meio por cento) por dia de atraso, limitado esta a 10 (dez) dias, após o qual será considerado inexecução contratual;

14.2 multa de 8% (oito por cento) no caso de inexecução parcial do contrato, cumulada com a pena de suspensão do direito de licitar e o impedimento de contratar com a Administração pelo prazo de 01 (um ano);

14.3 multa de 10 % (dez por cento) no caso de inexecução total do contrato, cumulada com a pena de suspensão do direito de licitar e o impedimento de contratar com a Administração pelo prazo de 02 (dois anos).

Observação: as multas serão calculadas sobre o valor do contrato.

15. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

15.1 O pagamento será efetuado mensalmente, ocorrendo no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da fatura acompanhada da planilha de medição, ou qualquer outro documento hábil á verificação do serviço prestado, aprovada pelo servidor responsável pela fiscalização do contrato e pelo Secretário Municipal da Administração.

15.1.1 Para fins de comprovação dos serviços prestados, a contratada deverá apresentar a fatura correspondente às publicações e/ou veiculações efetivadas, devidamente autorizadas pela Secretaria Municipal de Administração, bem como os comprovantes de quitação dos serviços de terceiros tomados no mês anterior, de acordo com a proposta de preços apresentada nesta licitação, com estrita observância ao desconto proposto.

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



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

15.3 Ocorrendo atraso no pagamento, os valores serão corrigidos monetariamente pelo IGP-M/FGV do período, ou outro índice que vier a substituí-lo, e a Administração compensará a contratada com juros de 0,5% ao mês, *pro rata*.

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

16. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTARIA

As despesas decorrentes da contratação, estimadas para o período de vigência do contrato (12 meses), em R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais), oriundas desta licitação, correrão à conta da seguinte dotação orçamentária: 33903900000000 - Projeto Atividade:2078.

17. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

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

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

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

17.4 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.

Observação: Não serão lançadas em ata consignações que versarem sobre matéria objeto de recurso próprio, como por exemplo, sobre os documentos de habilitação e proposta financeira (art. 109, inciso I, a e b, da Lei n.º 8.666/1993).

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

17.6 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



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

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.

17.7 Constituem anexos e fazem parte integrante deste edital: I – briefing; II – critérios de julgamento das propostas técnicas; III – minuta do contrato; IV – modelo de declaração (Decreto Federal n.º 4.358/2002).

Informações serão prestadas aos interessados no horário da 09:00 h às 15:00 h, na Prefeitura Municipal de Cacequi, no Departamento de Compras e Licitações do Município, sito na Rua Bento Gonçalves, 363, Centro, Cacequi/RS, onde poderão ser obtidas cópias do edital e seus anexos mediante o pagamento da importância do custo da reprodução gráfica do Edital e seus anexos, a ser recolhido diretamente na tesouraria do Município, ou pelo fone/fax n.º (55) 3253-1025.

Cacequi, 22 de janeiro de 2013.

FLAVIO GILBERTO DORNELES MACHADO

Prefeito Municipal.

Este edital se encontra examinado e aprovado por esta Assessoria Jurídica.

Em ___/___/____.

Assessor (a) Jurídico (a)



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

ANEXO I

Concorrência Pública nº 01/2013

BRIEFING

Prefeitura Municipal de Cacequi

INTRODUÇÃO

O presente briefing contém informações básicas, destinadas a orientar as agências de propaganda interessadas em participar da licitação da Prefeitura Municipal para a contratação de serviços de comunicação publicitária a serem prestados ao Governo do Município de Cacequi.

CARACTERIZAÇÃO DO CLIENTE E SEUS OBJETIVOS

O objetivo consiste em que a Administração Municipal ofereça aos Cacequienses ações administrativas modernas, racionais e objetivas, de cujo trabalho resulte ao cidadão a constante melhora na qualidade de vida, bem como construção da dignidade da pessoa e o exercício da cidadania. A Prefeitura de Cacequi está buscando realizar uma gestão democrática com transparência nas suas ações e uma participação efetiva do cidadão, objetivando incluir todos os segmentos da sociedade em um estado de bem estar social.

PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO

O IPTU é um dos principais impostos cobrados diretamente pela Prefeitura de Cacequi. É a origem de grande parte dos recursos próprios a serem investidos em benefício da população. Porém, boa parte da população não paga o tributo, dificultando obras e melhorias em áreas prioritárias como saúde, educação, transporte e bem estar dos munícipes.

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

Tradicionalmente, o IPTU é vendido como um imposto que é devolvido ao cidadão na forma de benefícios diretos para a melhoria da qualidade de vida do povo. Quando o cidadão paga o IPTU, recebe em troca mais obras, mais serviços, uma cidade melhor. Prazo da campanha: 2 meses. Abrangência: local. Verba: 8 mil reais. Mídias: rádio, jornal e não mídias.



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

ANEXO II

CRITÉRIO DE JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

1. O julgamento das propostas técnicas será realizado pelo somatório dos pontos auferidos de acordo com os fatores de pontuação a seguir discriminados. Será atribuída a pontuação máxima de 100 (cem) pontos à proposta técnica. A Nota Técnica (NT) corresponderá a 80% (oitenta por cento) da Nota Final (NF), conforme abaixo descrito.

1.2 O plano de comunicação publicitária - Proposta Técnica - será pontuado até o máximo de 100 (cem) pontos, conforme os seguintes quesitos:

1.2.1 Raciocínio Básico - máximo de 15,0 (quinze) pontos, no somatório dos seguintes quesitos:

- a. o papel da PMC (prefeitura Municipal de Cacequi) frente aos interesses da sociedade - até 5,0 (cinco) pontos;
- b. as características da PMC e de suas áreas de atuação - até 5,0 (cinco) pontos;
- c. problema específico de comunicação da PMC - até 5,0 (cinco) pontos.

1.2.2 Estratégia de Comunicação Publicitária - máximo de 20,0 (vinte) pontos, no somatório dos seguintes quesitos:

- a. a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação – até 5,0 (cinco) pontos;
- b. a consistência lógica da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta - até 10,0 (dez) pontos;
- c. a viabilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta - até 5,0 (cinco) pontos.

1.2.3 Ideia Criativa - máximo de 30,0 (trinta) pontos, no somatório dos seguintes quesitos:

- a. a adequação da ideia ao problema específico de comunicação - até 5,0 (cinco) pontos;
- b. a originalidade da ideia - até 5,0 (cinco) pontos;
- c. os segmentos de público alcançados pela ideia - até 5,0 (cinco) pontos;
- d. a pertinência da ideia às atividades da Câmara Municipal - até 5,0 (cinco) pontos;
- e. a viabilidade das peças - até 5,0 (cinco) pontos;
- f. a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos - até 5,0 (cinco) pontos.

1.2.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia - máximo de 15,0 (quinze) pontos, no somatório dos seguintes quesitos:

- a. o conhecimento dos hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação da campanha proposta - até 3,0 (três) pontos;



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

- b. a capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia - até 4,0 (quatro) pontos;
 - c. a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores - até 4,0 (quatro) pontos;
 - d. a adequação da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças - até 4,0 (quatro) pontos.
2. A capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes serão pontuados até o máximo de 20 (vinte) pontos, conforme os seguintes quesitos:
- 2.1 Apresentação de 01 (uma) campanha publicitária de teor institucional - máximo de 15 (quinze) pontos;
 - 2.1.2 Quantificação e qualificação (sob a forma de currículo resumido) dos profissionais que serão postos à disposição da Prefeitura Municipal de Cacequi, de maneira discriminada, por setor (estudo e pesquisa; planejamento; criação; produção de rádio, cinema e televisão; produção gráfica; mídia e atendimento) - máximo de 05 (cinco) pontos.



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

ANEXO III

MINUTA DE CONTRATO ADMINISTRATIVO

CONCORRÊNCIA n.º 01/2013

O MUNICÍPIO DE CACEQUI, pessoa jurídica de direito público interno, com sede na cidade de Cacequi, e Estado do Rio Grande do Sul, na Rua Bento Gonçalves nº 363, Centro, inscrito no CNPJ n.º 88.604.897/0001-03, neste ato representado por Seu Prefeito Municipal Sr. FLÁVIO GILBERTO DORNELES MACHADO, brasileiro, casado, residente e domiciliado à Rua Padre Vitorino, s/n, Centro - Cacequi - RS, que este subscreve, adiante designado simplesmente MUNICÍPIO e do outro lado a empresa xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx., pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o n.º xxxxxxxxxxxxxxxx, com sede à Rua xxxxxxxxxxxx, neste ato representa por seu sócio administrador senhor xxxxxxxxxxxx, inscrito no CPF sob o nº xxxxxxxxxxxx, e portador da RG sob o nº xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx, doravante denominada de CONTRATADA, firmam o presente contrato na forma de execução indireta, em regime de empreitada por preço unitário, nos termos da Lei 8.666/93, da Lei 12.232/10, do Edital de nº 01/2013, da Comissão permanente de licitações e da proposta vencedora a que se vincula, mediante as cláusulas seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA – OBJETO

O presente contrato tem como objeto:

- Planejamento, marketing, estudo concepção, produção de materiais destinados a campanhas institucionais e peças publicitárias;
- Criação, layout, impressão, formatação, arte final, de serviços publicitários gráficos compreendendo conteúdo para divulgação institucional ou de serviços do Poder Executivo Municipal;
- Elaboração de registros de marcas, expressões de propaganda, logotipos e de outros elementos identificadores da programação visual;
- Execução de serviços de promoção inerentes à atividade publicitária ou de divulgação dos atos, atividades, serviços da Prefeitura Municipal de Cacequi/RS por quaisquer dos meios de comunicação;
- Execução dos serviços de Endomarketing e comunicação interna;
- Planejamento e execução/ intermediação de pesquisas, consultorias e de outros instrumentos de avaliação, de geração de conhecimento e capacitação vinculados a comunicação.



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

CLÁUSULA SEGUNDA – DO PREÇO E DO PAGAMENTO

O preço total a ser pago pela prestação de serviço de publicidade e propaganda, descrito na cláusula primeira deste contrato é de R\$ xxxxxxxxxxxxxxxxx, constante da proposta vencedora da licitação, aceito pelo Contratado, entendido como preço justo e suficiente para a total execução do presente objeto, considerando os seguintes descontos: xxxxxxxxxxxxx (nos termos do edital).

O pagamento será efetuado mensalmente, ocorrendo no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da fatura acompanhada da planilha de medição, ou qualquer outro documento hábil á verificação do serviço prestado, aprovada pelo servidor responsável pela fiscalização do contrato e pelo Secretário Municipal da Administração.

Para fins de comprovação dos serviços prestados, a contratada deverá apresentar a fatura correspondente às publicações e/ou veiculações efetivadas, devidamente autorizadas pela Secretaria Municipal de Administração, bem como os comprovantes de quitação dos serviços de terceiros tomados no mês anterior, de acordo com a proposta de preços apresentada nesta licitação, com estrita observância ao desconto proposto.

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.

Ocorrendo atraso no pagamento, os valores serão corrigidos monetariamente pelo IGP-M/FGV do período, ou outro índice que vier a substituí-lo, e a Administração compensará a contratada com juros de 0,5% ao mês, *pro rata*.

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

CLÁUSULA QUARTA – DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

As despesas decorrentes do presente contrato correrão á conta da seguinte dotação orçamentária: 33903900000000 - Projeto Atividade:2078.

CLÁUSULA QUINTA – AUTORIZAÇÃO E PRAZOS



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

A CONTRATADA deve entregar os serviços ou produtos em dia de expediente, no horário das 09:00 h as 15:00 obedecendo o prazo máximo de 10 (dez) dias úteis a contar do recebimento da ordem de serviço expedida pela CONTRATANTE, salvo a complexidade do serviço, devidamente comprovado, quando demandar prazo, o que deverá ser requerido por escrito com a devida justificativa, ficando a cargo do Município a estipulação do prazo.

Parágrafo primeiro – Para execução dos serviços a CONTRATADA deverá obter aprovação prévia da CONTRATANTE, por meio de autorização de execução/produção/compra (AP ou OC) ou pedido de inserção (PI), quando das veiculações de propaganda, devidamente assinada pela CONTRATANTE.

Parágrafo segundo – A aprovação prévia da contratação supracitada, acontecerá mediante amostra de leiautes, provas, pilotos, bonecos, etc., que comprovem/demonstrem os aspectos técnicos ou formatos dos produtos/serviços que serão contratados.

CLÁUSULA SEXTA – VIGÊNCIA E EFICÁCIA

O prazo de vigência deste contrato é até 31 de dezembro de 2013, contados da data de assinatura, com eficácia imediata.

Parágrafo único: o prazo supracitado poderá ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos até o limite total de 48 (quarenta e oito meses) meses.

CLAUSULA SÉTIMA – RECISÃO

Este contrato poderá ser rescindido:

- Por ato unilateral da CONTRATANTE, nas hipóteses previstas nos incisos I a XII, do artigo 78, da Lei Federal no. 8.666/93.
- Amigavelmente, por acordo entre as partes, reduzido a termo no processo de licitação, desde que haja conveniência para a Administração.
- Judicialmente nos termos da legislação pertinente.

CLÁUSULA OITAVA – ENCARGOS DO CONTRATANTE

Cabe ao CONTRATANTE:

- Permitir acesso dos funcionários da CONTRATADA às suas dependências para promover reuniões com os interlocutores responsáveis pela gestão da comunicação e para entrega de serviços e produtos;
- Prestar informações e esclarecimentos pertinentes que venha a ser solicitados pelos representantes da CONTRATADA;
- Solicitar a troca dos produtos/serviços que não atenderem a às especificações contratadas
- Solicitar o fornecimento dos produtos/ serviços constantes no objeto deste contrato mediante a expedição de autorização;



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

- Comunicar a CONTRATADA qualquer irregularidade constatada no fornecimento dos produtos/ serviços e solicitar sua imediata interrupção, se for o caso.

CLÁUSULA NONA – ENCARGOS DA CONTRATADA

I. Cabe a CONTRATADA as seguintes obrigações:

- Responder, em relação a seus funcionários, por todas as despesas decorrentes do fornecimento dos produtos e por outras correlatas, tais como salários, seguros de acidentes, tributos, indenizações e outras que por ventura venham a ser criadas e exigidas;
- Respeitar as normas e procedimentos de controle interno, inclusive de acesso às dependências, do CONTRATANTE;
- Responder pelos danos causados diretamente à Administração ou aos bens do CONTRATANTE, ou ainda a terceiros, durante a execução deste contrato, não excluindo ou reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou acompanhamento pelo CONTRATANTE.
- Efetuar a troca dos produtos/ serviços que não atenderem a às especificações do objeto, no prazo estabelecido neste contrato;
- Comunicar à Administração do CONTRATANTE qualquer anormalidade constatada e prestar os esclarecimentos solicitados;
- Manter durante o período de contratação, o atendimento das condições de habilitação exigidas na licitação;
- Efetuar a entrega dos produtos de acordo com a necessidade e o interesse do CONTRATANTE, no prazo estabelecido neste contrato;
- Monitorar, questionar ou impedir que terceiros forneçam o produto objeto deste contrato.

II. Cabe a CONTRATADA assumir as seguintes responsabilidades:

- Todos os encargos previdenciários e obrigações sociais previstos na legislação social e trabalhista em vigor, obrigando-se a saldá-los na época própria, vez que seus funcionários não manterão nenhum vínculo empregatício com a CONTRATANTE.
- Todas as providências e obrigações estabelecidas na legislação específica de acidentes de trabalho, quando, em ocorrência da espécie, forem vítimas os seus funcionários durante a execução deste contrato, ainda que acontecido em dependência do CONTRATANTE.
- Todos os encargos de possível demanda trabalhista, civil ou penal, relacionada à execução deste contrato, originalmente ou vinculada por prevenção, conexão ou continência;
- Encargos fiscais e comerciais resultantes desta contratação.

III. São expressamente vedadas à CONTRATADA:



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

- A contratação de servidor pertencente ao quadro de pessoal do CONTRATANTE durante a vigência do contrato.
- Dar publicidade acerca deste contrato, salvo se houver prévia autorização da administração do CONTRATANTE.

CLÁUSULA DÉCIMA – ACOMPANHAMENTO E FISCALIZAÇÃO:

- Durante a vigência deste contrato, a execução do objeto será acompanhada e fiscalizada pela Secretaria de Administração do Município ou por representantes do CONTRATANTE, devidamente designados.
- A CONTRATADA deve manter o preposto, aceito pela Administração do CONTRATANTE, durante o período de vigência deste contrato, para representá-la sempre que for necessário.
- A atestação de conformidade dos serviços e produtos caberá aos interlocutores designados pela CONTRATANTE.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DO PAGAMENTO DE TERCEIROS

I. Despesas decorrentes de veiculação,

O pagamento dos serviços efetivamente prestados por terceiros será realizado diretamente a Contratada, para adimplemento das despesas com o veículo de comunicação, após o aceite dos serviços, de acordo com as respectivas autorizações de divulgação emitidas pela CONTRATANTE, na data de pagamento estipulada anteriormente, condicionados à apresentação dos seguintes documentos:

- a. Fatura do veículo de comunicação, contendo o valor bruto da despesa, parcela referente a comissão da contratada, valor líquido, mencionando ainda o número da autorização de veiculação emitida pela CONTRATADA.
- b. Tabela de preços do veículo para demonstrar a procedência dos valores a serem pagos.
- c. Comprovante de veiculação, exibição das peças publicitárias.

II. Despesas decorrentes de produção/ contratação de terceiros

O pagamento à CONTRATADA das despesas resultantes da execução do contrato, no tocante aos procedimentos de produção e contratação de terceiros, ocorrerão de acordo com as autorizações de produção validadas pela CONTRATANTE, num prazo de 5 dias após a entrega do material/serviço. Devesse considerar no processo os seguintes documentos:

- a. Nota fiscal/ fatura da agência que especifique com clareza o serviço autorizado, mencionando o número da autorização de produção emitida pela CONTRATADA e validada pela CONTRATANTE.

- b. Cópia da nota de terceiro, expedida em nome da CONTRATADA.
-



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

c. Cópia/modelo/layout/peça que represente o produto contratado que foi entregue.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – SANÇÕES

Com fundamento nos artigos 86 e 87 da lei no. 8.666/93, a CONTRATADA ficará sujeita, no caso de atraso injustificado, assim considerado pela Administração, inexecução parcial ou inexecução total da obrigação, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal, assegurada a prévia e ampla defesa, às seguintes penalidades:

I. No caso de advertência:

- Multa de 0,5% ao dia sobre o valor da entrega, em caso de atraso injustificado ou pela entrega parcial dos produtos. Contados a partir da primeira data de entrega acordada.
- Multa de 30% sobre o valor total do contrato em caso de inexecução total da obrigação assumida.

II. No caso de suspensão:

- Suspensão temporária do direito de participar de licitação e impedimento de contratar com o Poder Público, pelo prazo de até 2 anos.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DA FUNDAMENTAÇÃO LEGAL

I. O presente contrato fundamenta-se:

- a. Na Lei Federal 12.232/2010
- b. Na Lei Complementar Federal 123/2006
- c. Na Lei no. 8.666/1993

I. O presente contrato vincula-se aos termos:

- a. Do Edital de Concorrência 01/2013
- b. Da proposta vencedora do referido Edital

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – FORO

As questões decorrentes da execução deste Instrumento, que não possam ser dirimidas administrativamente, serão processadas e julgadas no FORO DA COMARCA DE CACEQUI, com exclusão de qualquer outro, por mais privilégio que seja.

E, para firmeza e validade do que foi pactuado, lavrou-se o presente contrato em 2 (duas) vias de igual teor e forma, para que surtam um só efeito, as quais, depois de lidas, são assinadas pelos representantes das partes, CONTRATANTE E CONTRATADA, e pelas testemunhas abaixo.



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

CACEQUI, XXXX, XXXX 2013.

CONTRATADO

CONTRATANTE

Testemunhas:

Nome:

Nome:

CPF:

CPF:



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

ANEXO V

CONCORRÊNCIA Nº 01/2013

MODELO DE DECLARAÇÃO

_____, inscrita no CNPJ nº _____, por intermédio de seu representante legal, Sr. (a) _____, portador (a) da Carteira de Identidade nº _____, CPF nº _____, DECLARA, para fins do disposto no inciso V, do art. 27, da Lei 8.666/93, acrescido pela Lei 9.854, de 27 de outubro de 1999, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos.

Ressalva:

Emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz ().

.....

data

.....

Representante Legal



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

Anexo II

MODELO DE CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

Quesito/Sub-quesito	Atributos a considerar no julgamento	% sobre a pontuação total
Plano de Comunicação Publicitária		
Sub-quesitos		
Raciocínio básico - apresentação pela licitante da acuidade de compreensão: diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do anunciante, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o(s) desafio(s) ou o(s)	a) das funções e do papel do anunciante nos contextos social, político e econômico; problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s). b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do anunciante com seus públicos; c) das características do anunciante e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação; e) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pelo anunciante; f) das necessidades de comunicação do anunciante para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s).	Mínimo 5%
Estratégia de comunicação publicitária - apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo anunciante, compreendendo: a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução	a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do anunciante e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação; b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos; c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do anunciante com seus públicos; d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação do anunciante; e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;	Mínimo 20%



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

Quesito/Sub-quesito	Atributos a considerar no julgamento	% sobre a pontuação total
publicitária; b) explicitação e defesa dos principais pontos da 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.	f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o anunciante, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ele desejadas e a verba disponível.	
Ideia criativa - apresentação pela licitante de campanha publicitária com exemplos de peças e ou material que corporifiquem objetivamente sua proposta de solução do(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.	a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação do anunciante; b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante; c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo; d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta; e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem; f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta; g) sua pertinência às atividades do anunciante e à sua inserção nos contextos social, político e econômico; h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados; i) a exequibilidade das peças e ou do material; j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.	Mínimo 20%
Estratégia de mídia e não mídia – constituída: a) apresentação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas, em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a	a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários; b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos; c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;	Mínimo 10%



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

Quesito/Sub-quesito	Atributos a considerar no julgamento	% sobre a pontuação total
estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório; b) simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará as peças e ou material destinados a veiculação, exposição ou distribuição e suas respectivas inserções, quantidades e custos nominais de produção e de veiculação, exposição ou distribuição.	d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do anunciante (se indicados no briefing); e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material; f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	
Quesito/Sub-quesito	Atributos a considerar no julgamento	% sobre a pontuação total
Capacidade de Atendimento		
Apresentação, pela licitante, de informações compreendendo: a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com especificação do início de atendimento de cada um deles; b) a quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo, planejamento, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento; c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à	a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado; b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias; c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do anunciante; d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato; e) a operacionalidade do relacionamento entre o anunciante e a licitante, esquematizado na proposta; f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do anunciante, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.	Máximo 20%



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

Quesito/Sub-quesito	Atributos a considerar no julgamento	% sobre a pontuação total
disposição para a execução do contrato; d) a sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia; e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do anunciante, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.		
Repertório		
Apresentação pela licitante de trabalhos por ela concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos, sob a forma de peça e material e respectivas fichas técnicas, nas quais se incluirá a indicação sucinta do problema que a peça e ou material se propôs a resolver, identificação do cliente e da licitante, título, data de produção, período de veiculação, exposição ou distribuição e, no caso de veiculação menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.	a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema a ser resolvido; b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material; c) a clareza da exposição das informações prestadas;	Máximo 10%
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	a) a evidência de planejamento publicitário; b) a consistência das relações de causa e efeito entre	



PREFEITURA MUNICIPAL DE CACEQUI

Estado do Rio Grande do Sul

Quesito/Sub-quesito	Atributos a considerar no julgamento	% sobre a pontuação total
Apresentação, pelo licitante, de soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela implementadas por seus clientes.	problema e solução; c) a relevância dos resultados apresentados; d) a concatenação lógica da exposição.	Máximo 10%