ANEXO IV

TERMO DE REFERÊNCIA

1. CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO

1.1 O presente termo de referência tem como objeto a contratação de Agência de Publicidade e Propaganda, para prestar serviços de estudo, planejamento e criação de campanhas institucionais e educativas, distribuição de mídias e materiais publicitários, conforme a necessidade do Gabinete do Prefeito e Vice-Prefeito e da Câmara Municipal de Vereadores, nos termos da tabela abaixo, conforme condições e exigências estabelecidas neste instrumento.

Item	Especificação	Unidade de medida	Qtd.	Valor unitário	Valor total
1	AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA - PODER EXECUTIVO Prestação de serviços permanente de disponibilizar à população informações de interesse público relacionadas às ações, serviços, programas, projetos, campanhas, orientações e demais atividades institucionais desenvolvidas pelo Município, observadas as competências constitucionais e legais do Poder Executivo.	Serviço	1	Conforme Lista Referencial de Valores (SINAPRO/ RS)	R$ 138.473,04
2	ASSESSORAMENTO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA - PODER LEGISLATIVO Prestação de serviços permanente de disponibilizar à população informações de interesse público relacionadas às ações, serviços, programas, projetos, campanhas, orientações e demais atividades institucionais desenvolvidas pela Câmara Municipal de Vereadores, observadas as competências constitucionais e legais do Poder Legislativo.	Serviço	1	Conforme Lista Referencial de Valores (SINAPRO/ RS)	R$ 57.481,68

1.1.1 O Município de Tapejara/RS definiu os percentuais aplicáveis para remuneração e formação de preços na presente licitação, visando assegurar critérios claros e compatíveis com as práticas do mercado publicitário. Para os serviços internos executados pela própria agência, será exigido **desconto mínimo de 30% (trinta por cento)** sobre os **valores previstos na Lista Referencial de Valores (SINAPRO/ RS)**, ficando o **percentual máximo livre** para proposta de cada licitante. Já os serviços de mídia, incluindo planejamento, negociação e distribuição junto aos veículos de comunicação, serão remunerados por meio do **desconto-padrão de 20% (vinte por cento)**, conforme previsto no Parágrafo Único do art. 11 da Lei nº 4.680/65 e nas Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP.

1.1.2 A definição desses percentuais foi baseada em pesquisa de mercado, a partir da análise de editais recentes com objeto similar, os quais demonstraram os percentuais praticados pela Administração Pública em contratações equivalentes. Levando em consideração a economicidade e proposta mais vantajosa, tendo como base o princípio constitucional da economicidade, que orienta a atuação da Administração Pública na busca pela melhor relação custo-benefício para o Município. A medida está em conformidade com os princípios e diretrizes da Lei nº 14.133/2021, especialmente o art. 23, que trata do levantamento de mercado, bem como com a Lei nº 12.232/2010, que regulamenta as licitações de publicidade. Ao mesmo tempo, a manutenção do percentual máximo em aberto preserva a competitividade do certame, permitindo que cada licitante apresente sua melhor estratégia comercial.

1.2 Os serviços objeto desta contratação são caracterizados como **serviços especializados**, pois envolvem atividades de natureza predominantemente intelectual e estratégica, abrangendo planejamento, criação, produção, execução e veiculação de campanhas publicitárias e ações de comunicação institucional, voltadas à divulgação de atos, programas, obras, serviços e políticas públicas. Trata-se de contratação que demanda conhecimento técnico específico, criatividade, experiência comprovada e capacidade profissional para desenvolver soluções adequadas ao interesse público, garantindo a correta orientação da população e a transparência dos atos administrativos. Dessa forma, a contratação encontra respaldo na Lei Federal nº 12.232/2010, que disciplina as licitações e contratações de serviços de publicidade pela Administração Pública, bem como na Lei Federal nº 14.133/2021, que prevê a contratação de serviços publicitários e a adoção do critério de julgamento por técnica e preço.

1.3 O prazo de vigência da contratação é de 12 (doze) meses contados da assinatura do contrato, prorrogável por até 10 anos, na forma dos artigos 106 e 107 da Lei n° 14.133, de 2021.

1.4 Todas as despesas relacionadas com a prestação de serviços, correrão por conta da CONTRATADA, despesas estas previstas e/ou computadas na proposta.

1.5 A não prestação de serviços dentro dos prazos acima, ensejará a revogação do contrato e a aplicação das sanções legais previstas.

1.6 A prestação de serviços e a emissão da respectiva nota fiscal estão condicionadas ao recebimento da Ordem de Compra ou outro documento equivalente.

1.7 A CONTRATADA é obrigada a reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, a suas expensas, no todo ou em parte, o objeto em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou de materiais empregados, mesmo após ter sido recebido definitivamente o objeto do contrato.

1.8 A CONTRATADA ficará obrigada a prestar os serviços, de acordo com as especificações

exigidas, na forma, nos locais, prazos e preços estipulados na sua proposta e na Ordem de Compra.

1.9 Deverá observar todas as normas legais vigentes, obrigando-se a manter, durante toda execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações por ela assumidas, todas as condições de habilitação na licitação.

1.10 A CONTRATADA arcará com todos os encargos de sua atividade, sejam eles trabalhistas, sociais, previdenciários, fiscais ou comerciais.

1.11 A CONTRATADA responderá pelos vícios dos serviços que se compromete a prestar e por quaisquer danos que venha a causar inclusive perante terceiros, ficando a Administração isenta de qualquer responsabilidade.

2. FUNDAMENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

2.1 O Município de Tapejara/ RS, por meio do Gabinete do Prefeito e da Câmara Municipal de Vereadores, realiza de forma contínua a produção e a divulgação de conteúdos e informações relacionados às ações, programas, campanhas e serviços da Administração Pública Municipal. Essa comunicação institucional deve ser clara, acessível e permanente, garantindo que a população tenha pleno acesso às informações de interesse público. A publicidade dos atos administrativos, conforme estabelece o art. 37 da Constituição Federal, é realizada com caráter educativo, informativo e de orientação social, sendo um instrumento fundamental de transparência e promoção da cidadania. Nesse contexto, tornam-se essenciais serviços especializados para ações de divulgação institucional, o planejamento e a execução de campanhas publicitárias de caráter informativo e educativo, a produção de material áudio visual e conteúdos institucionais padronizados, acessíveis e alinhados às diretrizes da comunicação pública.

3. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO CONSIDERADO O CICLO DE VIDA DO OBJETO

3.1 Considerando a natureza intelectual dos serviços de publicidade e propaganda, regulamentados pela Lei nº 12.232/2010, a solução adequada para atender à necessidade da Administração é a realização de Concorrência Pública, do tipo técnica e preço, na forma presencial. Nos termos do art. 17, §2º, da Lei nº 14.133/2021, a opção pela forma presencial justifica-se pelas peculiaridades do objeto. A legislação específica prevê que a avaliação das propostas técnicas seja realizada por Subcomissão Técnica, composta por profissionais de reputação ilibada e notório conhecimento na área. A forma presencial garante maior controle sobre o recebimento e a análise das propostas, assegurando a integridade da documentação, o cumprimento dos critérios do edital e a transparência do processo de julgamento.

3.2 A contratação terá caráter contínuo e integrado, com a execução dos serviços se dando mediante ordens de serviço específicas, contendo a descrição das ações, prazos e valores autorizados.

3.3 A remuneração da agência será calculada sobre os valores previstos na Lista Referencial de Valores (SINAPRO/ RS), aplicando-se o desconto ofertado para serviços internos e os honorários estabelecidos para serviços externos, assegurando padronização e controle de custos.

3.4 O julgamento do preço, por sua vez, ocorrerá pela aplicação de percentuais de desconto sobre a tabela de referência, sistemática própria do setor e diferenciada de contratações convencionais, reforçando a adequação da concorrência técnica e preço.

3.5 O contrato terá vigência inicial de 12 (doze) meses, com possibilidade de prorrogação por até 10 anos, observados os limites legais, garantindo atendimento às demandas de comunicação institucional de forma planejada, transparente e eficiente.

4. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

Garantia da contratação

4.1 Não haverá exigência da garantia da contratação dos artigos 96 e seguintes da Lei nº 14.133/2021, pelas razões constantes do Estudo Técnico Preliminar.

Vistoria

4.2 Não há necessidade.

MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO

Condições de execução

5.1 Os serviços deverão ser prestados **em até 10 (dez) dias** após o recebimento da Ordem de Compra emitida pela Administração.

5.2 Os serviços deverão ser prestados e disponibilizados para o Gabinete do Prefeito e para a Câmara Municipal de Vereadores e os conteúdos entregues em formato digital.

Descrição detalhada:

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

5.3 A licitante vencedora deverá prestar serviços especializados de publicidade institucional, compreendendo estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução, intermediação e supervisão da execução externa, bem como a distribuição de peças publicitárias de cunho informativo, educativo e de orientação social, com o objetivo de divulgar atos, programas, obras, serviços, campanhas e ações da Administração Pública Municipal ao público em geral, em conformidade com o disposto no § 1º do art. 37 da Constituição Federal e com o art. 2º, § 1º, incisos I, II e III, da Lei nº 12.232/2010.

5.3.1 Os serviços deverão ser executados de forma integrada, considerando as diretrizes, estratégias e orientações, respeitando os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.

5.3.2 A licitante vencedora deverá, entre outras atribuições:

– Realizar o planejamento, execução e análise de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento sobre o público-alvo, os meios de divulgação utilizados, as peças publicitárias e os resultados das campanhas realizadas;

– Criar e desenvolver soluções e formatos inovadores de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias e tendências do mercado, visando ampliar o alcance e a efetividade das mensagens institucionais;

– Elaborar programas, planos e estratégias de comunicação institucional;

- Distribuir mídias para veículos de comunicação local, regional e estadual, de acordo com a necessidade das campanhas;

– Criar marcas, expressões de propaganda, logotipos, slogans e demais elementos de identidade visual e programação gráfica;

– Desenvolver peças e ações de comunicação nos diversos meios e formatos, incluindo mídia impressa, digital, audiovisual, redes sociais e outros canais pertinentes;

– Executar outras iniciativas no campo da informação, divulgação, publicidade e propaganda institucional.

5.3.3 Os serviços serão iniciados mediante ordem de serviço emitida pela Administração Municipal, com a devida aprovação da proposta de trabalho e do orçamento apresentados pela licitante vencedora. A ordem de serviço deverá conter, no mínimo, a natureza dos serviços a serem prestados, os prazos de execução e/ou entrega.

5.3.4 É vedada a inclusão de atividades que diferem do objeto contratual, em especial serviços de assessoria de imprensa, relações públicas ou organização de eventos festivos.

5.3.5 Os serviços serão prestados conforme a demanda da Administração Municipal, observando o planejamento e as diretrizes do Gabinete do Prefeito e da Câmara Municipal de Vereadores.

5.4 Materiais a serem disponibilizados

5.4.1 Os serviços de publicidade serão prestados, em sua maior parte, nas instalações da própria agência contratada, que deverá dispor de estrutura para desenvolver as criações e produções internamente. Já as reuniões de briefing, apresentações de campanhas e alinhamentos poderão ocorrer na Prefeitura de Tapejara/ RS ou local combinado entre as partes. Portanto, não há exigência de alocação de equipe em tempo integral nas dependências da Prefeitura; todavia, a agência deverá manter contato próximo e disponível com os

representantes do Gabinete do Prefeito e da Câmara Municipal de Vereadores, atendendo prontamente às solicitações e comparecendo a encontros presenciais sempre que convocada.

5.4.2 Cabe à Contratada disponibilizar todos os recursos humanos e materiais necessários para a prestação adequada dos serviços, incluindo equipe técnica qualificada (diretor de criação, redatores, designers, social media, produtores, etc.), equipamentos de informática e design, softwares, banco de imagens, e infraestrutura de comunicação.

5.4.3 A agência deverá manter essas condições operacionais durante toda a vigência do contrato. Caso algum recurso específico venha a ser requisitado pela Administração (por exemplo, realização de pesquisa de opinião por instituto especializado), isso deverá ser tratado dentro do escopo do contrato, via ordem de serviço e orçamento específico, observando-se as condições pactuadas (com a agência coordenando a contratação do serviço de terceiro, conforme as regras de remuneração de honorários).

Procedimentos de transição e finalização do contrato

5.5 Não serão necessários procedimentos de transição e finalização do contrato devido às características do objeto.

6. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

6.1 O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e as normas da Lei nº 14.133/2021, e cada parte responderá pelas consequências de sua inexecução total ou parcial.

6.2 Em caso de impedimento, ordem de paralisação ou suspensão do contrato, o cronograma de execução será prorrogado automaticamente pelo tempo correspondente, anotadas tais circunstâncias mediante simples apostila.

6.3 As comunicações entre o órgão ou entidade e a contratada devem ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

6.4 O órgão ou entidade poderá convocar representante da empresa para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato.

6.5 Após a assinatura do contrato ou instrumento equivalente, o órgão ou entidade poderá convocar o representante da empresa contratada para reunião inicial para apresentação do plano de fiscalização, que conterá informações acerca das obrigações contratuais, dos mecanismos de fiscalização, das estratégias para execução do objeto, do plano complementar de execução da contratada, quando houver, do método de aferição dos resultados e das sanções aplicáveis, dentre outros.

Preposto

6.6 A CONTRATADA designará formalmente o preposto da empresa, antes do início da prestação dos serviços, indicando no instrumento os poderes e deveres em relação à execução do objeto contratado.

6.7 A CONTRATADA deverá manter preposto da empresa no local de execução dos serviços durante o período solicitado pela área requisitante.

6.8 A Administração poderá recusar, desde que justificadamente, a indicação ou a manutenção do preposto da empresa, hipótese em que a CONTRATADA deverá designar outro para o exercício da atividade.

Fiscalização

6.9 A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelos fiscais do contrato, abaixo nomeados:

Como Fiscais do Contrato do Poder Executivo a Servidora **Julia Maria Luft,** CPF: 920.021.370-72, lotada na Secretaria do Gabinete, e pelo poder Legislativo o Servidor **Rafael Nogueira Hanel**, CPF:041.004.190-40.

6.10 Os fiscais acompanharão a execução do contrato, para que sejam cumpridas todas as condições estabelecidas no contrato, de modo a assegurar os melhores resultados para a Administração.

6.11 Os fiscais anotarão no histórico de gerenciamento do contrato todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, com a descrição do que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados. (Lei nº 14.133/2021, art. 117, §1º);

6.12 Identificada qualquer inexatidão ou irregularidade, o fiscal técnico do contrato emitirá notificações para a correção da execução do contrato, determinando prazo para a correção.

6.13 Os fiscais informarão ao gestor do contato, em tempo hábil, a situação que demandar decisão ou adoção de medidas que ultrapassem sua competência, para que adote as medidas necessárias e saneadoras, se for o caso.

6.14 No caso de ocorrências que possam inviabilizar a execução do contrato nas datas aprazadas, o fiscal técnico do contrato comunicará o fato imediatamente ao gestor do contrato.

6.15 Os fiscais do contrato comunicarão ao gestor do contrato, em tempo hábil, o término do contrato sob sua responsabilidade, com vistas à tempestiva renovação ou à prorrogação contratual

6.16 Os fiscais do contrato verificarão a manutenção das condições de habilitação da contratada, acompanharão o empenho, o pagamento, as garantias, as glosas e a formalização de apostilamento e termos aditivos, solicitando quaisquer documentos comprobatórios pertinentes, caso necessário.

6.17 Caso ocorra descumprimento das obrigações contratuais, o fiscal administrativo do

contrato atuará tempestivamente na solução do problema, reportando ao gestor do contrato para que tome as providências cabíveis, quando ultrapassar a sua competência.

Gestor do Contrato

6.18 Atuará como Gestora de Contrato a Secretária de Administração **Sandra Inês Bernardi Rodegheri**, CPF: 234.191.560-49.

6.19 A gestora do contrato coordenará a atualização do processo de acompanhamento e fiscalização do contrato contendo todos os registros formais da execução no histórico de gerenciamento do contrato, a exemplo da ordem de serviço, do registro de ocorrências, das alterações e das prorrogações contratuais, elaborando relatório com vistas à verificação da necessidade de adequações do contrato para fins de atendimento da finalidade da administração.

6.20 A gestora do contrato acompanhará os registros realizados pelos fiscais do contrato, de todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato e as medidas adotadas, informando, se for o caso, à autoridade superior àquelas que ultrapassarem a sua competência.

6.20 A gestora do contrato acompanhará a manutenção das condições de habilitação da contratada, para fins de empenho de despesa e pagamento, e anotará os problemas que obstem o fluxo normal da liquidação e do pagamento da despesa no relatório de riscos eventuais.

6.21 A gestora do contrato emitirá documento comprobatório da avaliação realizada pelos fiscais técnico, administrativo e setorial quanto ao cumprimento de obrigações assumidas pelo contratado, com menção ao seu desempenho na execução contratual, baseado nos indicadores objetivamente definidos e aferidos, e a eventuais penalidades aplicadas, devendo constar do cadastro de atesto de cumprimento de obrigações.

6.22 A gestora do contrato tomará providências para a formalização de processo administrativo de responsabilização para fins de aplicação de sanções, a ser conduzido pela comissão de que trata o art. 158 da Lei nº 14.133/2021, ou pelo agente ou pelo setor com competência para tal, conforme o caso.

6.23 A gestora do contrato deverá elaborar relatório final com informações sobre a consecução dos objetivos que tenham justificado a contratação e eventuais condutas a serem adotadas para o aprimoramento das atividades da Administração.

6.24 A gestora do contrato deverá enviar a documentação pertinente ao setor de contratos para a formalização dos procedimentos de liquidação e pagamento, no valor dimensionado pela fiscalização e gestão nos termos do contrato.

7. CRITÉRIOS MEDIÇÃO E DE PAGAMENTO

Do recebimento

7.1 Os objetos serão recebidos semanalmente nos locais estipulados no item 5.2 do presente Termo de Referência.

7.2 O objeto do contrato poderá ser rejeitado, no todo ou em parte, quando estiver em desacordo com o objeto e suas especificações.

7.3 O recebimento não excluirá a responsabilidade civil da CONTRATADA pela solidez e pela segurança, nem a responsabilidade ético-profissional pela perfeita execução do contrato, nos limites estabelecidos pela lei ou no contrato.

Prazo de pagamento

7.4 O pagamento será efetuado em até 30 (trinta) dias após o recebimento definitivo e mediante a apresentação de Nota Fiscal acompanhada dos relatórios de todas as atividades desenvolvidas.

7.5 Aceitos os relatórios pelo fiscal designado, os serviços serão faturados e o pagamento será efetuado contado da data de recebimento da fatura.

7.6 Havendo erro na fatura ou descumprimento das condições pactuadas, a tramitação da fatura será suspensa para que a Contratada adote as providências necessárias a sua correção. Passará a ser considerada, para efeito de pagamento, a data do aceite da fatura.

7.7 Quaisquer pagamentos não isentarão a Contratada das responsabilidades contratuais, nem implicarão a aceitação dos serviços.

8. FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DA CONTRATADA E FORMA DE FORNECIMENTO

8.1 A CONTRATADA será selecionada por meio da realização de procedimento de LICITAÇÃO, na modalidade **CONCORRÊNCIA** sob a forma **PRESENCIAL**, com adoção do critério de julgamento de **TÉCNICA e PREÇO**.

8.2 A forma de fornecimento será PARCELADA, uma vez que se trata de contratação de serviços que deverão ser prestados após a homologação do processo e a emissão da respectiva Ordem de Compra.

9. EXIGÊNCIAS DE HABILITAÇÃO

Para fins de habilitação, deverá o licitante comprovar os seguintes requisitos:

9.1 Habilitação jurídica

9.1.1 Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, na versão consolidada ou a última alteração, em se tratando de sociedades comerciais e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus atuais administradores, ***devendo ser o ramo de atividade da empresa compatível com o objeto da***

licitação;

9.1.2 Registro Comercial, no caso de empresa individual, ou;

9.1.3 Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício, ou;

9.1.4 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.

Obs.: Caso o representante legal da empresa, não seja sócio-gerente ou diretor, deverá anexar instrumento público ou particular de procuração, a fim de comprovar os poderes do outorgante.

9.1.5 **Declaração Conjunta**.

9.2 Habilitação fiscal, social e trabalhista

9.2.1 Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ;

9.2.2 Certidão Conjunta Negativa (ou Positiva com Efeitos de Negativa) de Débitos relativos aos Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, válida;

9.2.3 Certidão Negativa (ou Positiva com Efeitos de Negativa) da Fazenda Estadual, válida;

9.2.4 Certidão Negativa (ou Positiva com Efeitos de Negativa) da Fazenda Municipal do domicílio da proponente, válida;

9.2.5 Certidão de Regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS, válida;

9.2.6 Certidão Negativa (ou Positiva com Efeitos de Negativa) de Débitos Trabalhistas – CNDT, válida.

9.3 Qualificação Econômico-Financeira

9.3.1 Certidão Negativa de Falência, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, válida, conforme art. 69, caput, inciso II da Lei nº 14.133/2021

9.4 Qualificação Técnica

9.4.1 Comprovação de que a empresa já executou serviços compatíveis com o objeto desta contratação, por meio da apresentação de certidões ou atestados, por pessoas jurídicas de direito público ou privado, ou regularmente emitido(s) pelo conselho profissional competente, quando for o caso.

9.4.2. Os atestados de capacidade técnica poderão ser apresentados em nome da matriz ou da filial da empresa licitante.

9.4.3. O licitante disponibilizará todas as informações necessárias à comprovação da legitimidade dos atestados, apresentando, quando solicitado pela Administração, cópia do contrato que deu suporte à contratação, endereço atual da contratante e local em que foi

executado o objeto contratado, dentre outros documentos.

9.4.4. Certificado de Qualificação Técnica concedido pelo CENP - Conselho Executivo das Normas Padrão, incorporado ao sistema legal por força do Decreto n. 4.563/02, para atendimento do art. 4º da Lei n.º 12.232/10.

9.4.5. Comprovante/Declaração de registro ou inscrição da agência licitante na entidade profissional competente: Sindicato das Agências de Propaganda de sua base territorial ou Associação Brasileira de Agências de Publicidade – ABAP.

10. ESTIMATIVAS DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

10.1. O valor estimado total da contratação é de R$ 138.473,04 (cento e trinta e oito mil quatrocentos e setenta e três reais com quatro centavos) para o Poder Executivo e R$ 57.481,68 (cinquenta e sete mil quatrocentos e oitenta e um reais com sessenta e oito centavos) para o Poder Legislativo, tendo sido estabelecido mediante análise de parâmetros de mercado aplicáveis à contratação de serviços especializados de publicidade, considerando, especialmente, os valores constantes da Lista Referencial de Valores (SINAPRO/ RS), bem como referências obtidas a partir de contratações similares realizadas por outros órgãos e entidades da Administração Pública, quando disponíveis.

11. DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

11.1 As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no orçamento do Gabinete do Prefeito e da Câmara Municipal de Vereadores.

12. DIRETRIZES PARA APRESENTAÇÃO DE PROPOSTAS E HABILITAÇÃO

12.1 Em atendimento ao que estabelece a Lei nº 12.232/2010, que rege as licitações e contratações de serviços de publicidade, esta concorrência observará um procedimento e diretrizes específicos quanto à apresentação das propostas, julgamento e habilitação dos licitantes.

Critérios de julgamento das notas

12.2 O julgamento final das Propostas Técnica e de Preço desta Concorrência será realizado conforme o rito estabelecido na Lei nº 14.133/2021, especialmente nos termos do art. 33, inciso IV, e do art. 36, que dispõe que o julgamento por técnica e preço considerará a maior pontuação obtida a partir da ponderação, com base em fatores objetivos previstos no edital, das notas atribuídas aos aspectos técnicos e de preço das propostas. Para tanto, será adotada uma ponderação de 70% (setenta por cento) para a proposta técnica e 30% (trinta por cento) para a proposta de preços, totalizando 100%.

12.2.1 A nota final de cada licitante será calculada pela fórmula:

$$NF = \frac{(NPT*7+NP*3)}{10}$$

onde:

NF = Nota Final

NPT = Nota da Proposta Técnica

NP = Nota da Proposta de Preços

12.2.2 NF = 0,7 × NPT + 0,3 × NP, em que NPT é a Nota da Proposta Técnica (de 0 a 100 pontos) e NP é a Nota da Proposta de Preços (de 0 a 100 pontos)

12.2.3 A nota final será arredondada até a segunda casa decimal. Será declarada vencedora a licitante que obtiver a maior nota final (desde que atendidas todas as demais condições do edital).

12.2.4 Para que a proposta técnica seja considerada classificada, deverá atingir uma pontuação mínima de 50% do total de pontos (ou seja, 50 pontos em 100); propostas técnicas que obtiverem nota inferior a esse patamar serão desclassificadas

12.3 Erros aritméticos serão retificados da seguinte forma: se houver discrepância entre os percentuais propostos, prevalecerá o montante por extenso; e se a licitante não aceitar a correção do erro, sua proposta será rejeitada.

12.4 Não serão levadas em consideração vantagens não previstas neste Edital, nem ofertas de redução sobre a proposta que melhor atenda aos interesses da Administração Pública Municipal.

12.5 Em caso de empate, a agência vencedora será aquela com maior pontuação, sucessivamente nos quesitos: Plano de Comunicação Publicitária: estratégia de comunicação publicitária (2), ideia criativa (3), raciocínio básico (1) e estratégia de mídia e não mídia (4); Conjunto de Informações: repertório (1) e relatos de soluções de problemas de comunicação (2). Persistindo o empate, a decisão será tomada por sorteio, realizado em sessão pública ou em ato público designado para esse fim.

12.6 A classificação das Propostas será feita em ordem decrescente dos números correspondentes às Notas Finais, sendo declarada vencedora a licitante mais bem classificada na nota final.

Critério de julgamento da proposta técnica

12.7 O julgamento compreenderá a análise e pontuação dos documentos contidos nos ENVELOPES da Proposta Técnica das licitantes, conforme as normas de julgamento que são apresentadas a seguir.

12.8 Na apreciação das Propostas Técnicas, será considerada a linha de atuação desenvolvida, sendo certo que receberá um máximo de 100 (cem) pontos, distribuídos entre os diversos tópicos de julgamento, da seguinte forma:

Plano de Comunicação Publicitária – pontuação máxima de 60 (sessenta) pontos.

Seção	Critérios
1. Raciocínio básico - máximo de 10 (dez) pontos, relativos a:	a) Conhecimento das características gerais do cliente; b) Conhecimento genérico dos serviços prestados pelo cliente; c) Adequada compreensão da linha de atuação específica do cliente, da natureza, da extensão e da qualidade das relações da comunicação da Prefeitura de Tapejara/ RS com seu público; d) Acuidade de compreensão do papel da Comunicação da Prefeitura de Tapejara/ RS no atual contexto social, político e econômico.
2. Estratégia de comunicação publicitária - máximo de 20 (vinte) pontos, relativos a:	a) Formulação do conceito, da compreensão do tema hipotético ao desenvolvimento do raciocínio que o conduziu; b) A formulação do tema da comunicação adotado para a linha de atuação; c) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa; d) A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação da Administração Municipal com seu público.
3. Ideia criativa - máximo de 20 (vinte) pontos, relativos a:	a) A sua adequação ao problema específico de comunicação do cliente; b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta; c) A cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações; d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem; e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta; f) A sua pertinência às atividades do cliente e à sua inserção na sociedade; g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados; h) A compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.
4. Estratégia de mídia e não mídia – pontuação máximo de 10 (dez) pontos, relativos a:	a) O conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários; b) A capacidade analítica revelada no exame desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia; c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às 02 (duas) alíneas anteriores; d) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças; A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da Prefeitura Municipal de Tapejara/ RS.

Conjunto de Informações - pontuação máxima de 40 (quarenta) pontos relativos a:

Seção	Critérios
1. Repertório (pontuação máxima de 20 (vinte) pontos relativos a:	a) A ideia criativa e sua pertinência; b) A clareza da exposição; c) A qualidade da execução e do acabamento.
2. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação - pontuação máxima de 20 (vinte) pontos relativos a:	a) A concatenação lógica da exposição; b) A evidência de planejamento publicitário; c) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; d) A relevância dos resultados apresentados.

Critério de julgamento da proposta de preços

12.9 As Propostas de Preços das licitantes classificadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital e em seus anexos.

12.10 A classificação das Propostas de Preços será feita mediante a aplicação do critério de julgamento como indicado a seguir.

12.11 Não se considerará qualquer oferta de vantagem não prevista no Edital, nem preço ou vantagem baseados em ofertas de outras empresas licitantes.

12.12 A avaliação da Proposta de Preços será pelo máximo de 100 (cem) pontos. Na avaliação da Proposta de Preços será atribuída pontuação em seus itens através dos seguintes critérios:

12.12.1 Desconto superior a 30% (trinta por cento) em relação aos valores previstos na Lista Referencial de Valores (SINAPRO/ RS), destinado ao ressarcimento dos custos internos referentes aos serviços executados pela própria licitante.

12.12.2 Para definição do desconto mínimo mencionado, foi considerado a Lista Referencial de Valores, em vigência na presente data.

12.12.3 Serão atribuídas notas a cada um dos quesitos avaliados, conforme tabela abaixo:

DESCONTO	NOTA
Percentual de desconto aplicado sobre os custos internos, com base na Lista Referencial de Valores (SINAPRO/ RS).	N = 1,0 x Desconto

Observação: Para fins de cálculo das notas de cada licitante, o termo “desconto” será substituído, nas fórmulas da coluna “Notas”, pelos respectivos percentuais, sem a utilização do símbolo “%”.

12.12.4 Os serviços de mídia, incluindo planejamento e distribuição aos veículos, serão remunerados à Agência vencedora mediante aplicação do **“desconto-padrão” de 20% (vinte por cento),** conforme disposto no Parágrafo Único do art. 11 da Lei nº 4.680/65 e nas Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP – Conselho Executivo de Normas-Padrão.

12.13 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo sido julgados os recursos porventura interpostos, ou havendo desistência dos mesmos, a Comissão Especial de Licitação elaborará relatório e parecer conclusivo, com o resultado da licitação e os encaminhará para homologação do resultado do julgamento, e adjudicação do objeto à empresa licitante vencedora.

12.14 A nota da Proposta de Preços (total de pontuação auferida) servirá para o cálculo da nota final de acordo com o item 12.2.1.

Fases da licitação

12.15 Em conformidade com a Lei nº 12.232/2010, esta licitação seguirá **três fases sucessivas**, assim discriminadas:

PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA (ENVELOPE Nº 01)

12.16 O ENVELOPE padronizado, que constituirá o Envelope 01, será entregue pela Comissão Permanente de Licitação às empresas que o solicitarem, a partir da publicação do Edital.

12.17 A via não identificada da proposta técnica não poderá ser acondicionada em outro tipo de envelope, senão naquele fornecido pela Prefeitura de Tapejara/ RS, nos termos dos itens anteriores.

12.18 O Plano de Comunicação Publicitária - via não identificada – apresentado em ENVELOPE padronizado fornecido previamente pela Prefeitura de Tapejara/ RS, consistirá de um caderno impresso composto de quatro quesitos:

- **Raciocínio básico**, sob a forma de texto de no máximo 02 (duas) páginas, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Prefeitura de Tapejara/ RS, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;
- **Estratégia de comunicação publicitária**, sob a forma de texto de no máximo 02 (duas) páginas, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela Prefeitura de Tapejara/ RS.
- **Ideia criativa**, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa da proponente aos desafios e metas por ela explicitados na estratégia de comunicação publicitária, sendo uma peça em 01 (uma) página para cada um dos seguintes meios, totalizando 04 (quatro) páginas:

a) Jornal ou Revista: layout;

b) Outdoor: layout;

c) Roteiro de VT;

d) Roteiro Spot Radio;

- **Estratégia de mídia e não mídia**, em que a proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório, apresentada sob a forma de textos de no máximo 04 (quatro) páginas, permitida a inclusão de tabelas, gráficos, planilhas e quadro resumo que identificarão as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de

produção e de veiculação.

12.19 Exclusivamente na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, as proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação.

12.20 O Plano de Comunicação Publicitária, previsto nos itens deve ser apresentado da seguinte forma, não podendo ultrapassar as 12 (doze) páginas:

I em papel sulfite A4, branco;

II com espaçamento de 2 (dois) cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;

III com textos justificados;

IV com espaçamento “simples” entre as linhas;

V com texto em fonte “arial”, tamanho 12 pontos;

VI com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;

VII agrupadas, com grampeamento simples no canto superior à esquerda; e

VIII sem identificação da licitante.

12.21 As propostas somente serão desclassificadas se ficar inequivocamente caracterizado e objetivamente comprovado que contêm informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do Plano de Comunicação Publicitária ou comprometa a imparcialidade do julgamento, nos termos do art. 6º, XIII, da Lei nº 12.232/2010.

12.21.1 Indícios genéricos, coincidências de layout, elementos gráficos decorrentes da padronização exigida ou vícios meramente formais que não permitam vinculação certa e direta do conteúdo a determinada licitante não serão suficientes para desclassificação, sem prejuízo de eventual ajuste na pontuação, se cabível, mediante motivação específica da Comissão Técnica.

PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA (ENVELOPE Nº 02)

12.22 O **Plano de Comunicação Publicitária** – via identificada, terá o mesmo teor da via não identificada, porém poderá ser identificado com timbre e envelope próprio da empresa licitante, para posterior identificação do melhor plano de mídia e atribuição de pontuação.

12.23 Será desclassificado a licitante que descumprir o disposto neste Edital.

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

PROPOSTA TÉCNICA – CONJUNTO DAS INFORMAÇÕES – (ENVELOPE Nº 03)

12.25 O envelope 03, contendo a proposta técnica – conjunto de informações, destinadas a

avaliar a capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes, e consistirá de um caderno impresso composto de 02 (dois) quesitos:

I Repertório

a) A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte “arial” tamanho 12, em folhas numeradas sequencialmente, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

b) Os documentos e informações e o caderno específico mencionados na letra “a” anterior não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outros elementos que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do ENVELOPE n.º 2, importando o descumprimento de tal obrigação na desclassificação da licitante, nos termos do art. 6º, inciso XIV e 2º, da Lei Federal nº 12.232/10, sem prejuízo das diretrizes do item 12.21 deste termo.

c) Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

d) O Repertório será constituído de peças e/ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

e) Deverão ser apresentadas até 5(cinco) peças/material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

f) As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pendrive.

g) As peças gráficas devem preservar sua capacidade de leitura e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

h) Para cada peça e/ou material, deve ser apresentada uma ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

i) As peças e ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela Prefeitura de Tapejara/ RS.

II Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

a) A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem 0 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte “arial” tamanho 12, em folhas numeradas sequencialmente, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

b) Os documentos e informações e o caderno específico mencionados letras “a” anterior, não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outros elementos que conste do

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do ENVELOPE n.º 2, importando o descumprimento de tal obrigação na desclassificação da licitante, nos termos do art. 6º, inciso XIV e 2º, da Lei Federal nº 12.232/10, sem prejuízo das diretrizes do item 12.21 deste termo.

c) A licitante poderá apresentar até 4 (quatro) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejada, propostas por ela e implementadas por seus clientes.

d) Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pela Prefeitura de Tapejara/ RS.

PROPOSTA DE PREÇO – (ENVELOPE Nº 04)

12.26 A Proposta de Preços deverá ser elaborada em conformidade com as condições estabelecidas neste Edital, digitada, sem emendas, rasuras ou entrelinhas que venham a ensejar dúvidas, reconhecendo assim, a plena aceitação e aplicação das normas e critérios deste Edital e conter os seguintes elementos:

I Modalidade e o número desta licitação;

II Indicação da empresa: razão social, endereço completo, e-mail, telefone e fax atualizado da proponente, para facilitar possíveis contatos;

III Validade da proposta, que deverá ser de, no mínimo, 60 (sessenta) dias consecutivos, contados do primeiro dia útil posterior à data de abertura da licitação;

IV Assinatura do representante legal da empresa, com carimbo do CNPJ/MF em todas as vias, devidamente identificadas.

12.27 A Proposta de Preços será apresentada mediante preenchimento da Planilha de Preços, sujeitos à valoração, e deverá ser apresentada conforme descrito nas alíneas “a” e “b” inframencionadas, compreendendo:

a) Percentual de honorários pertinentes à supervisão de produção externa incidente sobre os custos de serviços e suprimentos externos de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais contratados com fornecedores, com limite máximo de 15% (quinze por cento);

12.28 Caso alguma participante conceda desconto ou proponha honorários acima dos limites estabelecidos, será desclassificada.

12.29 Os serviços de mídia como planejamento e distribuição aos veículos serão remunerados à Agência vencedora mediante o “desconto padrão” de 20% concedido pelos veículos de divulgação de acordo com o Parágrafo Único, do art. 11, da Lei n° 4.680/65 e Normas-Padrão da Atividade Publicitária, tuteladas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão.

13 DO RITO DE JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA E SELEÇÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Avaliação pela Subcomissão Técnica e prazo

13.1 As Propostas Técnicas (via não identificada) serão avaliadas por Subcomissão Técnica de Licitação, especificamente constituída para esse fim, no prazo de 10 (dez) dias úteis, contado da data de abertura dos envelopes contendo a Proposta Técnica, nos termos do art. 9º da Lei nº 12.232/2010.

13.2 A Subcomissão atribuirá as notas nos exatos critérios e pesos definidos neste Termo de Referência, em fichas individualizadas e fundamentadas, consolidando-as em relatório circunstanciado.

Composição (mínimos legais) e Perfil dos Membros

13.3 A Subcomissão será composta por mínimo de 3 (três) membros, observando-se que ao menos 1/3 (um terço) deles não poderá manter qualquer vínculo funcional ou contratual com o órgão ou entidade responsável pela licitação, conforme art. 10, caput da Lei nº 12.232/2010.

13.4 Os integrantes deverão ser profissionais formados em comunicação, publicidade, marketing, relações públicas ou áreas correlatas, ou que atuem em uma dessas áreas (experiência profissional comprovada), nos termos do § 1º do art. 10 da Lei nº 12.232/2010.

13.4.1 Para fins de atendimento ao fracionamento legal, o quantitativo mínimo de membros sem vínculo será arredondado para cima quando necessário (ex.: 3 membros ⇒ ao menos 1 externo; 5 membros ⇒ ao menos 2 externos; 6 membros ⇒ ao menos 2 externos; 7 membros ⇒ ao menos 3 externos).

Seleção dos Membros

13.5 Previamente ao certame, será publicado Chamamento Público para cadastro de profissionais interessados em compor a Subcomissão, com indicação de:

13.5.1 Requisitos de formação/atuação, documentos comprobatórios, regras de impedimento, prazos e forma de inscrição.

13.6 Concluída a análise das inscrições, será formada lista de aptos, identificando-se, para fins de sorteio e controle de cotas, os profissionais com vínculo e sem vínculo com o órgão/entidade licitante.

13.7 A relação dos profissionais aptos será publicada com antecedência mínima de 10 (dez) dias em relação à data do sorteio.

13.8 A composição da Subcomissão será definida por sorteio público e em sessão gravada por áudio e vídeo, assegurando-se, no resultado final, a cota mínima de 1/3 de membros sem vínculo. Para tanto, proceder-se-á ao sorteio em dois blocos: I - Primeiro, dos sem vínculo, até se alcançar o mínimo legal (ou fração superior); e II - Na sequência, dos demais aptos, até

completar as vagas, garantida a qualificação exigida.

13.9 O resultado do sorteio será formalizado em ata, e os membros serão designados por ato da autoridade competente, com indicação de titulares e suplentes.

Funcionamento, Sigilo e Transparência

13.10 A Subcomissão avaliará exclusivamente as vias não identificadas das Propostas Técnicas até a publicação das notas, preservando-se o anonimato das licitantes nessa fase, conforme o procedimento estabelecido neste Termo de Referência.

Impedimentos e conflitos de interesse

13.11 Não poderão integrar a Subcomissão Técnica:

I Profissionais com conflito de interesse (vínculos diretos com licitantes, cônjuge/companheiro, parentesco até o 3º grau com dirigentes das licitantes, ou participação societária relevante);

II Quem tenha atuado na elaboração da proposta de qualquer licitante;

III Quem não atenda aos requisitos de formação/atuação.

13.12 Os membros firmarão declaração de ausência de impedimentos e de confidencialidade antes do início dos trabalhos.

14 DAS CONDIÇÕES GERAIS

14.1 A presente contratação observará, além deste Termo de Referência e do Edital, a Lei nº 12.232/2010 (regime especial de licitações e contratos de serviços de publicidade), a Lei nº 14.133/2021, a Constituição Federal (art. 37, caput e § 1º), o Código de Defesa do Consumidor, a Lei nº 12.846/2013 (Lei Anticorrupção), a Lei nº 13.709/2018 (LGPD), normas do TCU/TCE-SC e demais regulamentos municipais pertinentes.

14.2 Toda comunicação terá caráter educativo, informativo ou de orientação social, vedada a promoção pessoal de autoridades ou servidores, bem como a utilização de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de agentes públicos.

14.3 Em ano eleitoral, a execução observará integralmente as restrições legais e regulamentares aplicáveis à publicidade institucional, cabendo à contratada propor adequações de conteúdo, formatos e cronogramas necessários ao cumprimento da legislação.

14.4 As peças e entregas observarão as normas técnicas e de autorregulamentação do setor, as diretrizes técnicas aprovadas pela Administração e os requisitos de qualidade estabelecidos nas Ordens de Serviços.

14.5 Os direitos patrimoniais sobre todas as criações, artes finais, arquivos abertos/editáveis, códigos-fonte, roteiros, trilhas, fotografias, ilustrações e demais bens intelectuais produzidos cedem-se ao Município, em caráter definitivo, universal, irrestrito e gratuito, para qualquer meio e suporte, pelo prazo legal, sem prejuízo dos créditos morais do(s) autor(es). A entrega dos

arquivos abertos em formatos usuais do mercado é condição para o recebimento das etapas e dos pagamentos.

14.6 Informações, dados pessoais, documentos e materiais estratégicos recebidos ou gerados durante a execução são confidenciais. Assim, a contratada deverá adotar medidas técnicas e administrativas para o tratamento de dados pessoais em conformidade com a LGPD, atuando como operadora quando aplicável e indicar ponto de contato para assuntos de proteção de dados. É vedado o uso de dados para finalidades distintas da execução contratual.

14.7 O processo observará as regras de publicidade e transparência, inclusive com registros e publicações exigidos na forma da Lei nº 14.133/2021, sem prejuízo de auditorias e inspeções pelos órgãos de controle interno e externo.

14.8 O julgamento da Proposta Técnica observará os arts. 9º e 10 da Lei nº 12.232/2010 e o rito definido neste Termo (subcomissão técnica, via não identificada, prazos, sorteio, impedimentos, etc.), sem prejuízo das competências do agente/comissão de contratação previstas na Lei nº 14.133/2021.

14.9 Descontos, bonificações e quaisquer vantagens obtidas nas contratações de mídia ou serviços de terceiros pertencem ao Município, devendo ser demonstrados e repassados na forma da Lei nº 12.232/2010 e do contrato, com documentação comprobatória em cada OS.

14.10 A medição observará as entregas efetivas e os indicadores definidos IMR, quando aplicável. Os pagamentos dependerão do ateste do fiscal, conforme cláusulas específicas deste Termo de Referência e do contrato.

14.11 A contratada responde por danos materiais e morais, inclusive por uso indevido de imagem, marca, obra intelectual, violações de dados pessoais, mensagens discriminatórias ou ilícitas e demais prejuízos decorrentes de sua atuação ou de fornecedores por ela contratados.

14.12 É vedado aos envolvidos praticar atos que configurem conflito de interesse e a contratada deverá cumprir a legislação anticorrupção, concorrencial e de integridade, reportando imediatamente indícios de irregularidade e colaborando com apurações.

14.13 A contratada manterá registro organizado das demandas, versões de peças, aprovações e evidências de veiculação.

14.14 As propostas de preços e técnicas terão validade mínima de 60 (sessenta) dias corridos, contados da data da sessão pública de recebimento/abertura.

Tapejara/ RS, 3 de novembro de 2026.

Marina Gentil
Agente Administrativo
Setor de Licitações