



TERMO DE REFERÊNCIA

1. DO OBJETO E DAS CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO

1.1. Constitui objeto a **Contratação de EMPRESA ESPECIALIZADA EM SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA**, conforme informações dispostas neste documento:

PLANILHA DE PREÇOS MÉDIOS				
ITEM	ESPECIFICAÇÃO	UN	QNT	VALOR TOTAL ESTIMADO
1	Serviços de empresa de agência de publicidade e propaganda	UN	1	R\$ 300.000,00

1.2. Da estimativa de valor

1.2.1. valor estimado para a contratação é de até R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais), estabelecido como limite máximo de despesa autorizada para a execução do contrato.

1.2.2. Esclarece-se que esse montante representa apenas a estimativa máxima, não implicando obrigatoriedade de gasto integral do valor, considerando a natureza intelectual dos serviços de publicidade, cujos quantitativos de peças e ações não podem ser previamente definidos.

1.2.3. A execução financeira ocorrerá conforme a efetiva demanda da Administração, até o limite máximo estabelecido, sendo a remuneração da agência composta pelos percentuais de desconto e honorários incidentes sobre serviços de mídia e não-mídia, nos termos da Lei nº 4.680/1965 e da Lei nº 12.232/2010.

1.3. Da classificação/natureza do objeto

1.3.1. Considerando a natureza do objeto licitado, trata-se de **serviços especializados de publicidade**, cuja execução demanda **conhecimento técnico específico, criatividade, planejamento estratégico e capacidade intelectual qualificada**, características que lhe conferem natureza **predominantemente intelectual**.

1.3.2. Dessa forma, a contratação enquadra-se no disposto no **art. 2º, §1º, da Lei nº 12.232/2010**, que define os serviços de publicidade prestados à Administração Pública como atividades de natureza técnica e intelectual, compreendendo, entre outros, o estudo, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa de campanhas publicitárias.

1.3.3. Em razão dessa natureza, deverá ser adotada a **modalidade Concorrência Presencial**, assegurando ampla participação, transparência e controle social sobre todas as etapas do certame, nos termos do art. 28, inciso II, da **Lei nº 14.133/2021**.

1.3.4. Quanto ao **critério de seleção**, aplica-se o tipo **“técnica e preço”**, conforme previsto no **art. 6º, inciso XXXVIII, alínea “c”, da Lei nº 14.133/2021**, que determina a utilização desse tipo de julgamento para a contratação de serviços de natureza predominantemente intelectual, quando se busca aliar a qualidade técnica ao melhor custo para a Administração.





1.3.5. A escolha desse critério é reforçada pelo disposto no **art. 5º da Lei nº 12.232/2010**, o qual estabelece, de forma expressa, que as licitações e contratações de serviços de publicidade pela Administração Pública deverão adotar os tipos de “**melhor técnica**” ou “**técnica e preço**”, vedando a utilização de outros critérios.

1.3.6. A realização da licitação pela forma presencial visa garantir a isonomia e competitividade entre os licitantes, conforme os princípios gerais da administração pública (art. 37 da Constituição Federal) e os dispositivos da **Lei nº 12.232/2010**, que disciplina as contratações de serviços de publicidade pelos órgãos da administração pública.

1.3.7. Nos termos dessa lei, a fase de julgamento da proposta técnica deve ocorrer sem identificação dos licitantes, assegurando-se a impessoalidade e a objetividade da análise dos trabalhos apresentados. A ausência de identificação visa evitar qualquer influência subjetiva, viés ou favorecimento decorrente do conhecimento prévio da autoria da proposta, permitindo que o julgamento se concentre exclusivamente na qualidade técnica e criativa do conteúdo apresentado. Assim, a **não identificação dos envelopes de propostas técnicas** é medida indispensável para preservar o sigilo e a imparcialidade durante a avaliação, garantindo que os membros da subcomissão técnica julguem as propostas de forma isenta.

1.3.8. A opção pela **sessão presencial** reforça a credibilidade e o controle do processo, permitindo o acompanhamento direto pelos licitantes e demais interessados, assegurando maior **transparência, publicidade e regularidade procedimental** na abertura dos envelopes e nas demais etapas do certame.

1.3.9. Dessa forma, tanto a adoção da **modalidade presencial** quanto a **ausência de identificação dos envelopes de propostas técnicas** são medidas que visam assegurar o cumprimento dos princípios da **isonomia, impessoalidade, transparência e legalidade**, conferindo maior segurança jurídica e legitimidade ao processo licitatório.

1.3.10. A presente contratação observará, em caráter especial, as disposições da Lei nº 12.232/2010, que regula especificamente as licitações e contratações de serviços de publicidade pela Administração Pública. A Lei nº 14.133/2021 será aplicada de forma subsidiária, especialmente no que se refere aos aspectos gerais de planejamento, execução contratual, fiscalização e gestão administrativa.

1.4. **Do prazo de vigência da contratação:**

1.4.1. O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado exclusivamente para a conclusão do objeto contratado, nos termos do artigo 105 da Lei nº 14.133/2021;

1.4.2. A contratação pretendida está prevista no Plano de Contratações Anual do Município de Nova Santa Rita, estando assim alinhada com o planejamento desta Administração. Conforme PAC nº DFD 72/2025 e conforme consta nas informações básicas desse termo de referência.

2. **DA FUNDAMENTAÇÃO E DA DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO**

2.1. Atualmente, a comunicação estratégica, quando integrada a um planejamento de marketing eficaz, consolidou-se como uma das ferramentas mais relevantes para a divulgação de melhorias e ações públicas nos municípios. Cidades que sabem se posicionar de forma inteligente, destacando seus





diferenciais, oportunidades e potencialidades, têm maior capacidade de atrair investimentos privados, fomentar novos negócios e impulsionar a geração de emprego e renda.

2.2. Em um cenário cada vez mais competitivo e digitalmente conectado, comunicar-se bem deixou de ser uma opção para tornar-se um diferencial estratégico. A comunicação pública eficaz vai além da simples divulgação de atos administrativos: ela constrói narrativas que fortalecem a reputação institucional, despertam o interesse da sociedade e do mercado, e inspiram confiança, abrindo caminho para o desenvolvimento econômico e sustentável do município.

2.3. Diante desse contexto, este Termo de Referência tem como objetivo analisar o cenário atual e justificar a necessidade de contratação de agência especializada em publicidade e propaganda, demonstrando a viabilidade técnica e econômica da solução proposta. Além disso, o estudo reúne os elementos técnicos necessários para subsidiar a tomada de decisão pela Administração, em conformidade com os princípios estabelecidos pela Lei nº 12.232 e nº 14.133/2021.

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

3.1. A ausência de uma estrutura profissional de publicidade e propaganda limita a capacidade da administração municipal de divulgar, com eficácia e alcance, tanto as políticas públicas quanto as potencialidades da cidade. Essa lacuna afeta diretamente na visibilidade das ações governamentais, no direto à informação da população da cidade e na promoção do município como destino atrativo para novos investimentos empresariais.

3.2. Compreendendo esta problemática, identificamos que o ideal seria a contratação de empresa especializada (agência de propaganda) para a prestação de serviços de publicidade, compreendendo: planejamento, estudo, pesquisa, criação, produção e distribuição de materiais publicitários à veiculação e controle de resultados de campanhas publicitárias e institucionais de Nova Santa Rita, visando atrair novos investimentos e empresas para a cidade, sejam de logística ou indústrias e empresas de tecnologia.

3.3. As campanhas devem ser planejadas de modo a articular criativamente as mensagens e o conteúdo que será divulgado por intermédio das novas mídias (redes sociais) somadas às mídias tradicionais (materiais impressos, outdoors, busdoors, a apresentação de Vts e spots de 30 segundos, carros de som, faixas, inserções publicitárias em rádio, TV e jornais) e deverá abranger em todo o Estado, com foco na Região metropolitana.

3.4. Neste sentido, identificou-se que a contratação deva se dar de processo licitatório na modalidade de Concorrência Presencial, com o critério de julgamento de Técnica e Preço. O prazo previsto da contratação será de 12 (doze) meses a partir da assinatura do contrato.

4. DOS REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

4.1. Os serviços objeto do presente Termo de Referência serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965;

4.2. A agência atuará por ordem e conta do Município de Nova Santa Rita, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a





execução das atividades, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias;

5. Possíveis Impactos Ambientais

5.1. Vislumbram-se impactos ambientais provenientes desta contratação, mencionados na tabela abaixo, juntamente com as medidas de tratamento a serem adotadas pela contratada:

IMPACTO AMBIENTAL	MEDIDA DE TRATAMENTO
Uso de materiais impressos	Priorizar produtos com baixo impacto ambiental
Geração de resíduos em campanhas presenciais/eventos	Implementar um sistema de logística reversa para o descarte adequado dos materiais
Consumo de energia digital	Adotar medidas de manejo e descarte dos resíduos gerados em razão dessa contratação, na forma prevista na NBR
Deslocamentos para filmagens ou eventos	

5.2. A contratação decorrente do presente processo licitatório exigirá da contratada o cumprimento das boas práticas de sustentabilidade, contribuindo para a racionalização e otimização do uso dos recursos, bem como para a redução dos impactos ambientais.

5.3. Orientações complementares acerca da sustentabilidade da prestação almejada poderão ser repassadas pela fiscalização competente.

5.4. Das Condições de Recebimento:

5.4.1. Recebimento Provisório:

5.4.1.1. **Provisoriamente**, no prazo máximo de 10 (dez) dias após a execução por demanda e entrega por parte da contratada dos documentos trabalhistas, sociais, previdenciários e fiscais, para efeito de posterior verificação da conformidade da documentação, bem como para o cálculo de eventuais glosas, nos termos do avençado no Instrumento Contratual;

5.4.2. Recebimento Definitivo:

5.4.2.1. **Definitivamente**, no prazo máximo de 20 (vinte) dias consecutivos após o recebimento provisório e após a verificação da qualidade dos serviços prestados e a conformidade da documentação trabalhista, social, previdenciária e fiscal, com a consequente aceitação.

5.5. Da Subcontratação:

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

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

5.8. Do Preposto:

5.8.1. O licitante designará formalmente o preposto da empresa, antes do início da prestação dos serviços, para representá-lo na execução do contrato;





5.8.2. O contratante poderá recusar, desde que justificadamente, a indicação ou a manutenção do preposto da empresa, hipótese em que o licitante designará outro para o exercício da atividade.

5.9. Das Obrigações da Contratada:

5.9.1. A Contratada deve cumprir todas as obrigações constantes no Termo de Referência, Edital, seus anexos e sua proposta, assumindo como exclusivamente seus os riscos e despesas decorrentes da boa e perfeita execução do objeto.

5.9.2. Executar o objeto de acordo com o Termo de Referência e demais informações constantes do Edital, do Contrato e anexos, bem como, exigir do Município, documento de Autorização de Fornecimento/Ordem de Serviço emitido pelo setor municipal competente, para o efetivo início dos serviços e comprovação do fornecimento/execução do objeto.

5.9.3. Iniciar os serviços em até 24 horas após o recebimento de empenho que será enviado por e-mail.

5.9.4. Responsabilizar-se pelos vícios e danos decorrentes do objeto, de acordo com o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 1990).

5.9.5. Efetuar a entrega do objeto em perfeitas condições, conforme especificações, prazo e local quando assim for solicitado pela secretaria demandante, acompanhado da respectiva nota fiscal;

5.9.6. Reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, às suas expensas, no total ou em parte, os serviços efetuados em que se verifiquem vícios, defeitos ou incorreções, resultantes da execução, ou dos materiais utilizados, no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis, contados da ciência pela CONTRATADA, ou no prazo para tanto, estabelecido pela fiscalização.

5.9.7. Atender a todos os pedidos de fornecimento, não se admitindo procrastinação em função de pedido de revisão de preços.

5.9.8. Comunicar à Contratante, no prazo máximo de 24 (vinte e quatro) horas que antecede a data da entrega, os motivos que impossibilitem o cumprimento do prazo previsto, com a devida comprovação.

5.9.9. Manter durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas no Edital e seus anexos.

5.9.10. Promover a destinação final ambientalmente adequada, sempre que a legislação assim o exigir.

5.9.11. Responsabilizar-se pelo cumprimento de todas as obrigações trabalhistas, previdenciárias, fiscais, comerciais, securitárias e de gerenciamento e as demais previstas em legislação específica, cuja inadimplência não transfere a responsabilidade ao contratante e não poderá onerar o objeto do contrato.

5.9.12. Deverá a CONTRATADA assumir a responsabilidade por todas as providências e obrigações estabelecidas na legislação específica em caso de acidentes de trabalho, quando, em ocorrência da espécie, forem vítimas os seus empregados durante a prestação do serviço ou em conexão com ele, ainda que acontecido em dependência do Município.





5.9.13. Ainda, a CONTRATADA se obriga a responder por quaisquer acidentes de que possam ser vítimas seus profissionais e ainda, por danos ou avarias e/ou repará-los, quando causados diretamente à Administração ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo, durante a execução do objeto.

5.9.14. As despesas de locomoção, diárias, hospedagem e alimentação, quando do deslocamento e permanência no Município para a prestação dos serviços, são de inteira responsabilidade da empresa contratada;

5.9.15. Serão de total responsabilidade da empresa contratada, eventuais danos decorrentes de acidentes de veículos quando do deslocamento para realização dos trabalhos contratados, sejam eles pessoais, materiais ou morais, inclusive de terceiros, além de notificações por infrações ao Código de Trânsito Brasileiro.

5.9.16. Comunicar ao Fiscal do Contrato, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas, qualquer ocorrência anormal ou acidente que se verifique no local da execução do objeto contratual;

5.9.17. Paralisar, por determinação do contratante, qualquer atividade que não esteja sendo executada de acordo com a boa técnica ou que ponha em risco a segurança de pessoas ou bens de terceiros.

5.9.18. Responsabilizar-se pelos vícios e danos decorrentes da execução do objeto, bem como por todo e qualquer dano causado à Administração ou terceiros, não reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento da execução contratual pelo contratante, que ficará autorizado a descontar dos pagamentos devidos ou da garantia, caso exigida, o valor correspondente aos danos sofridos.

5.9.19. Guardar sigilo sobre todas as informações obtidas em decorrência do cumprimento do contrato;

5.9.20. O contratado obriga-se ainda, em atendimento ao disposto na Lei nº 13.709/2018 – Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), a manter sigilo de todas as informações sobre os dados pessoais e dados pessoais sensíveis, repassados em decorrência da execução da contratação, sendo vedado o repasse dessas informações, salvo aquelas decorrentes de obrigações legais ou para viabilizar o cumprimento do objeto contratado.

5.10. Das Obrigações da Contratante:

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

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

5.13. Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

5.14. Verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, pela CONTRATADA;

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





5.16. Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade;

5.17. Efetuar os pagamentos à CONTRATADA nas condições e preços pactuados;

5.18. A juízo da CONTRATANTE, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentou na concorrência que deu origem a este instrumento poderá vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações;

5.19. A CONTRATANTE comunicará à CONTRATADA por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se, excepcionalmente, o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

6. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO

6.1. As propostas técnicas e de preços, assim como os documentos de habilitação, deverão ser apresentados pelas licitantes em 5 (cinco) invólucros lacrados, fornecidos pela administração municipal, quando da retirada do instrumento convocatório;

6.2. 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 N.º
NOME E CNPJ DO PROPONENTE

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

6.3. 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;

6.4. 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;

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

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

INVÓLUCRO D – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO





CONCORRÊNCIA N.º
NOME E CNPJ DO PROPONENTE

6.6. 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 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;

6.7. O INVÓLUCRO D – Documentos de Habilitação, conterá os documentos referidos no Item 16, 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;

7. PROPOSTA TÉCNICA

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

7.2. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser elaborado com base no Briefing, em anexo, o qual compreenderá os seguintes quesitos:

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

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

7.2.3. **Ideia Criativa:** na forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do licitante aos desafios e metas por ele explicitado na estratégia de comunicação publicitária. As peças a serem apresentadas serão limitadas a três peça(s)¹ para cada um dos seguintes meios: jornal, revista, cartaz, *folder*, rádio, televisão, *outdoor* e internet;

7.2.4. **Estratégia de mídia e não-mídia:** apresentação da simulação de planos de distribuição das peças, sob a forma de texto de, no máximo, 12 lauda(s), em folha de tamanho A4, de 35 linha(s) cada, com fonte de texto “Times New Roman”, corpo 12, espaçamento entre linhas de 1,5, demonstrando a capacidade da estratégia de comunicação publicitária sugerida pelo proponente para atingir os públicos





prioritários das campanhas, permitida a inclusão, como anexos, de tabelas e gráficos que não serão computados no limite máximo de páginas;

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

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

7.3. 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:

7.3.1. **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:
 - I. 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;
 - II. 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;
 - III. estratégia para continuidade dos serviços de atendimento, no caso de substituição do profissional responsável;
 - IV. 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).

7.3.2. Repertório, com a apresentação, na forma de peças e respectivas fichas técnicas, do conjunto de trabalhos concebidos e veiculados pela proponente, podendo ser apresentadas até três peça(s), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou características de cada uma, desde que





acompanhadas de ficha técnica, com indicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver, seu título, data de produção, período de veiculação/exposição e menção de pelo menos um veículo de comunicação que a divulgou;

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

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

8. PROPOSTA COMERCIAL

8.1. O **INVÓLUCRO C** deverá conter:

- a) proposta financeira, rubricada em todas as páginas e assinada na última, pelo representante legal da empresa, mencionando o preço global para a execução do serviço objeto desta licitação, onde deverão estar incluídos todos os custos com material, mão-de-obra, impostos, taxas, contribuições sociais, lucro do empreendimento etc.;
- b) planilha de quantitativos e custos unitários, a serem executados durante a vigência do contrato administrativo, sujeito a valoração contendo as seguintes informações:
 - I. percentual de desconto a ser concedido sobre os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Rio Grande do Sul, a título de custos internos dos serviços a serem executados;
 - II. percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes a produção e a execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, conforme art. 11 da Lei n.º 4.680/1965;
 - III. percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens, de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual.

Observação 1: O prazo de validade da proposta é de, no mínimo, 60 (sessenta) dias a contar da data apazada para a sua entrega;

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





8.2. 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.

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

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

9. CRITÉRIOS DE ACEITABILIDADE E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

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

9.1.1. As propostas técnicas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Termo de Referência e em seus anexos;

9.1.2. 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%
Raciocínio Básico	10
Estratégia de Comunicação Publicitária	20
Ideia Criativa	20
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10
B) INFORMAÇÕES DA PROPONENTE	40,00%
Capacidade de atendimento	20
Repertório	10
Relatos de soluções de problemas de comunicação	10

9.2. **Pontuações relacionadas ao PLANO DE COMUNICAÇÃO (Invólucro A):**

9.2.1. **Pontuação relativa ao quesito I - Raciocínio básico (máximo de 10 pontos):**

- Conhecimento das características gerais do cliente (máximo de 2,5 pontos);
- Conhecimento genérico dos serviços prestados pelo cliente (máximo de 2,5 pontos);
- Adequada compreensão da linha de atuação específica do cliente, da natureza, da extensão e da qualidade das relações da comunicação da Prefeitura Municipal de Nova Santa Rita com seus públicos (máximo de 2,5 pontos);





- d) Acuidade de compreensão do papel da comunicação da Prefeitura Municipal de Nova Santa Rita no atual contexto social, político e econômico (máximo de 2,5 pontos);

9.2.2. Pontuação relativa ao quesito II - Estratégia de Comunicação Publicitária (máximo de 20 pontos):

- a) Formulação do conceito e da compreensão do tema hipotética o desenvolvimento do raciocínio que o conduziu (máximo de 5 pontos);
- b) Formulação do tema da comunicação adotado para linha de atuação (máximo de 5 pontos);
- c) Consistência lógica e a pertinência da alimentação apresentado em sua defesa (máximo de 5 pontos);
- d) Riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para comunicação do órgão com seus públicos (máximo de 5 pontos).

9.2.3. Pontuação relativa ao quesito III - Ideia Criativa (máximo de 20 pontos):

- a) Sua adequação ao problema específico de comunicação do cliente (máximo de 2,5 pontos);
- b) Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta (máximo de 2,5 pontos);
- c) Cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações (máximo de 2,5 pontos);
- d) Originalidade da combinação dos elementos que a constituem (máximo de 2,5 pontos);
- e) Simplicidade da forma sobre a qual se apresenta (máximo de 2,5 pontos);
- f) Sua pertinência às atividades do cliente e à sua inserção na sociedade (máximo de 2,5 pontos);
- g) Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas (máximo de 2,5 pontos);
- h) Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos (máximo de 2,5 pontos).

9.2.4. Pontuação relativa ao quesito IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo de 10 pontos):

- a) O conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de públicos prioritários (máximo de 2 pontos);
- b) A capacidade analítica revelada no exame desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia (máximo de 2 pontos);
- c) A consistência do plano simulado distribuição das peças em relação as duas alíneas anteriores (máximo de 2 pontos);





- d) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças (máximo de 2 pontos);
- e) A pertinência, a oportunidade e economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da Prefeitura Municipal de Nova Santa Rita (máximo de 2 pontos).

9.3. Pontuações relacionadas às INFORMAÇÕES DA PROPONENTE (Invólucro B):

9.3.1. Pontuação relativa ao quesito I - Capacidade de atendimento (máximo de 20 pontos):

- a) Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a qualificação dos profissionais colocados à disposição da linha de atuação nos diferentes setores da agência, considerando a formação profissional (máximo de 8 pontos);
- b) Adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do Contratante na execução do contrato (máximo de 4 pontos);
- c) Pertinência da sistemática de atendimento e adequação dos prazos máximos para entrega dos serviços, a operacionalidade do relacionamento entre o setor de Comunicação da Prefeitura Municipal de Nova Santa Rita e a licitante, esquematizado na proposta (máximo de 8 pontos).

9.3.2. Pontuação relativa ao quesito II - Repertório (máximo de 10 pontos):

- a) Originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público alvo e ao desafio de comunicação (máximo de 4 pontos);
- b) Clareza da exposição (máximo de 3 pontos);
- c) Qualidade da produção, da execução e do acabamento (máximo de 3 pontos).

9.3.3. Pontuação relativa ao quesito III - Relatos de soluções de problemas de comunicação (máximo de 10 pontos):

- a) Evidência de planejamento publicitário (máximo de 3 pontos);
- b) A demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente (máximo de 4 pontos);
- c) Relevância dos resultados apresentados (máximo de 3 pontos).

9.4. 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;

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





9.6. 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;

9.7. A pontuação final da proposta técnica (PPT) corresponderá a soma das notas de cada quesito;

9.8. Serão desclassificadas as propostas técnicas que deixarem de atender as exigências deste Termo de Referência e anexo, especialmente nos casos de:

- a) Houver oposição, 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) Obter nota zero em qualquer dos quesitos técnicos;
- c) Não obter, no somatório final dos quesitos, **a nota mínima de 50 pontos**.

9.9. 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));

9.10. A subcomissão técnica elaborará ata de julgamento do plano de comunicação publicitária e encaminhará à Comissão Especial, 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;

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

10. CRITÉRIOS DE ACEITABILIDADE E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS COMERCIAIS:

10.1. As propostas comerciais serão analisadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Termo de Referência e em seus anexos.

10.2. 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;

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





DESCONTO/HONORÁRIOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA	FORMA DE CONTAGEM
Percentual de desconto a ser concedido sobre os serviços a serem executados pela contratada (alínea 'b.1' item 8.1)	60 pontos	Critério de desconto de 0% a no máximo 30% de desconto. Será atribuído 2 (dois) pontos a cada 1% (um por cento de desconto). Ex: 0% = zero pontos, 10%= 20 pontos, 20% = 40 pontos, 30% = 60 pontos. Para fins contagem de pontos será considerado apenas o número inteiro, sendo descartado os números após a vírgula. P1 = _____
Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição <u>não</u> proporcione ao licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação (alínea 'b.2' item 8.1)	20 pontos	Honorários a serem aplicados: 15% = 0 pontos 14% = 2 pontos 13% = 4 pontos 12% = 6 pontos 11% = 8 pontos 10% = 10 pontos 09% = 12 pontos 08% = 14 pontos 07% = 16 pontos 06% = 18 pontos 05% = 20 pontos P2 = _____
Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores (alínea 'b.3' item 8.1)	20 pontos	Honorários a serem aplicados: 15% = 0 pontos 14% = 2 pontos 13% = 4 pontos 12% = 6 pontos 11% = 8 pontos 10% = 10 pontos 09% = 12 pontos 08% = 14 pontos 07% = 16 pontos 06% = 18 pontos 05% = 20 pontos P3 = _____





CÁLCULO DA NOTA FINAL:

$$P1 + P2 + P3 = \text{PONTUAÇÃO DA PROPOSTA COMERCIAL (PPC)}$$

10.4. A nota final da proposta comercial (PPC) será obtida a partir do somatório das notas de cada um dos quesitos constantes da tabela referida no item 11.3;

10.5. Serão desclassificadas as propostas que:

- a) Apresentem valores superiores ao praticado no mercado;
- b) Não atendem as disposições contidas neste Termo de Referência;
- c) Apresentarem percentual de desconto superior a 30% (trinta por cento) sobre os serviços a serem executados pela contratada (alínea 'b.1' item 8.1);
- d) Apresentarem percentual de honorários superiores a 15% (quinze por cento) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição não proporcione ao licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação (alínea 'b.2' item 8.1);
- e) Apresentarem percentual de honorários superiores a 15% (quinze por cento) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores (alínea 'b.3' item 8.1);

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

11. DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E COMERCIAIS

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

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

Considerando-se:

PPT – Pontuação da Proposta Técnica, aferida conforme item 9.1.2 deste termo de referência;

PPC – Pontuação da Proposta Comercial, aferida conforme item 10.3 deste termo de referência.

11.2. Ocorrendo empate na classificação de duas ou mais licitantes, serão critérios de desempate os que seguem, sucessivamente:

- a) A licitante que obtiver maior pontuação no quesito: Raciocínio Básico;
- b) A licitante que obtiver maior pontuação no quesito: Ideia Criativa;
- c) A licitante que obtiver maior pontuação no quesito: Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- d) A licitante que obtiver maior pontuação no quesito: Estratégia de Comunicação Publicitária;
- e) A licitante que obtiver maior pontuação no quesito: Capacidade de Atendimento;
- f) A licitante que obtiver maior pontuação no quesito: Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;





g) A licitante que obtiver maior pontuação no quesito: Repertório.

11.3. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado em ato público marcado pela Comissão Especial, cuja data e horário serão divulgados no sítio eletrônico oficial do Município, sendo convidadas todas as licitantes para acompanharem o procedimento.

12. DO PROCESSAMENTO

12.1. 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;

12.2. 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;

12.3. A sessão pública de recebimento e abertura dos envelopes terá início no dia, hora e local designados no preâmbulo do edital, onde serão apresentados, pelos interessados, os invólucros contendo as propostas de preço (Invólucro C) e as propostas técnicas (Invólucro Não Identificado, Invólucro A e Invólucro B):

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

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

12.4. 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:

12.4.1. A Comissão Permanente 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, no momento do seu recebimento.

12.4.2. 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);

12.5. 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;

12.6. 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;

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

12.7.1. 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;

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

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

12.8. 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, rubricando-as em todas as folhas, para posterior julgamento;

12.9. Após a classificação das propostas de preço, a Comissão de Licitações, de acordo com os critérios de julgamento, 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;

12.9.1. Os licitantes classificados no julgamento final das propostas técnicas e de preços serão convocados para a entrega do INVÓLUCRO D, contendo os documentos de habilitação, que serão examinados quanto ao atendimento das exigências estabelecidas neste termo, de acordo com o item 16 e respectivos subitens, procedendo-se o julgamento da fase de habilitação;

12.10. 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.

14. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

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

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

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





13.4. Para os fins do cumprimento do disposto na Lei n.º 12.232/2010, até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar os nomes da relação à que se referem os subitens 14.1 e 14.2, mediante recurso escrito;

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

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

13.7. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 16.2;

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

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

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

15. DO MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO

15.1. Das condições de execução

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

14.1.2. O início dos serviços deverá ocorrer em até 24 (vinte e quatro) horas após o recebimento do empenho, que será encaminhado por e-mail.

14.1.3. A conclusão dos serviços deverá obedecer ao prazo estabelecido pela Secretaria demandante na respectiva solicitação.

14.1.4. Caso o contratado não possa iniciar a execução dos serviços na data prevista ou entregar na data estabelecida, deverá comunicar previamente ao Fiscal do Contrato, com antecedência mínima de 1 (um) dia, informando os motivos. O pedido de prorrogação de prazo será avaliado pela Secretaria requisitante, ressalvadas as hipóteses de caso fortuito ou força maior.





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

14.1.6. Elaboração de um Plano de Comunicação, que será avaliado e aprovado pela Diretoria de Comunicação do Município de Nova Santa Rita —RS;

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

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

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

- a) Planejamento, conceituação, concepção de campanhas para o público interno e externos;
- b) Criação, roteirização, pré-produção, produção técnica, finalização, implementação, intermediação e supervisão da produção de todas as peças planejadas e propostas;
- c) Planejamento de mídia e não mídia para a campanha interna e externa, independente da utilização ou não dos planos sugeridos;
- d) Consultoria na distribuição das peças produzidas de acordo com o plano de mídia e não mídia;
- e) Reuniões com a equipe da Diretoria de Comunicação e gabinete estratégico vinculado ao gabinete do prefeito (a) para aprovação de cada etapa;
- f) A entrega para fins de arquivo de uma cópia em mídia digital de todo o material produzido;
- g) A guarda para solicitação, a qualquer tempo, de cópias de material produzido pela agência.
- h) A Produção e a execução técnica das peças e ou material criados pelas agências contratadas;
- i) Ao planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados à determinada ação publicitária;





- j) A criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias desenvolvidas.

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

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

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

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

14.1.12. A agência atuará por conta e ordem da Prefeitura de Nova Santa Rita/RS, em conformidade com o Art. 3º da Lei Federal nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução das atividades complementares a que se refere o subitem 15.1.9 e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão das mensagens publicitárias;

15.2. **Dos profissionais disponibilizados**

14.2.1. A Contratada deverá disponibilizar profissionais devidamente qualificados e habilitados para as funções que irão exercer.

16. **DOS DOCUMENTOS RELATIVOS À HABILITAÇÃO**

16.1. Além dos documentos de regularidade fiscal e financeira previstos no artigo 62 da Lei 14.133/2021 a futura contratada deverá apresentar:

16.2. **HABILITAÇÃO JURÍDICA**

15.2.1. Registro comercial, no caso de empresa individual;

15.2.2. Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

15.2.3. 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;





15.2.4. Quando se tratar de CONSÓRCIO, cada empresa dele integrante deve apresentar os documentos relacionados no Edital;

15.2.5. Compromisso de constituição do Consórcio, se for o caso.

16.3. Habilitação Fiscal, Social e Trabalhista:

15.3.1. Comprovante de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ/MF);

15.3.2. Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes do Estado ou do Município, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividades;

15.3.3. Prova de regularidade quanto aos tributos e encargos sociais administrados pela Secretaria da Receita Federal do Brasil – RFB e quanto à Dívida Ativa da União administrada pela Procuradoria Geral da Fazenda Nacional - PGFN (Certidão Conjunta Negativa);

15.3.4. Prova de regularidade para com as Fazendas Federal, Estadual e Municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma da lei;

15.3.5. Certificado de Regularidade de Situação do FGTS (FGTS-CRF);

15.3.6. Quando se tratar de CONSÓRCIO, cada empresa dele integrante deve apresentar os documentos relacionados no Edital;

15.3.7. Prova da 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.

16.4. Da habilitação de Microempresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP), nos termos da Lei Complementar 123/2006:

15.4.1. O licitante que, durante a fase de apresentação de proposta e/ou fase de lances, usufruiu dos benefícios concedidos pela LC 123/2006 (ME/EPP) deverá apresentar documento legal que comprove o efetivo enquadramento como Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte, devidamente registrado pelo órgão competente;

15.4.2. Deverão enviar também toda a documentação exigida para efeito de comprovação de regularidade fiscal, social e trabalhista, mesmo que esta apresente alguma restrição;

15.4.3. Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal e trabalhista das empresas enquadradas como ME, e EPP nos termos da Lei Complementar 123/2006, será assegurado o prazo de 05 (cinco) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado vencedor do certame, prorrogável por igual período, a critério da Administração, para regularização da documentação, para pagamento ou parcelamento do débito e para emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa;

15.4.4. A não-regularização da documentação no prazo previsto no subitem acima, implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas na Lei Federal nº 14.133/2021, sendo facultado à Administração convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação.





16.5. Qualificação Econômico-Financeira

16.5.1. Certidão negativa de Falência, expedida pelo distribuidor da sede do licitante ou certidão judicial cível negativa de matéria falimentar, da justiça estadual, em plena validade;

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

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

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

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

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

- a) Não Serão consideradas em “boa situação financeira”, para fins de habilitação financeira, as empresas que não alcançarem os índices acima referidos;
- b) O cálculo destes indicadores deverá ser apresentado em documento, anexo ao balanço, devidamente assinado pelo contador;
- c) Se houver a atualização do Patrimônio Líquido, deverá ser apresentado o memorial do cálculo correspondente;

16.5.4. A documentação necessária para a comprovação da capacidade econômico-financeira da licitante será constituída pelas demonstrações contábeis constantes do balanço patrimonial, demonstração de resultado do exercício e notas explicativas, referente ao último exercício encerrado. No caso das Sociedades Anônimas ou de empresas que publicarem seus balanços na forma da Lei 6404/76, deverá ser apresentada a publicação no Diário Oficial. Para as demais empresas, as demonstrações contábeis deverão apresentar comprovação de registro no órgão competente;

16.5.5. As empresas que não tenham concluído seu primeiro exercício social deverão apresentar o balanço de abertura contendo todos os fatos contábeis relativos à instalação da nova empresa, certificado por contador devidamente inscrito no órgão de classe correspondente;

16.5.6. O balanço de abertura apresentado deverá estar registrado no órgão competente;

16.5.7. Quando se tratar de empresa individual ou sociedade limitada, a Administração se reservará ao direito de exigir a apresentação do livro diário onde as demonstrações contábeis foram transcritas;





16.5.8. A documentação necessária para comprovação da capacidade econômico-financeira constituir-se-á:

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

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

16.5.9. Para as demais sociedades, as empresas com escrituração digital deverão apresentar:

16.5.9.1. impressão do arquivo gerado pelo SPED Contábil constante na sede da empresa, apresentando:

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

16.5.9.2. OBS 1: Para a sociedade limitada poderá ser apresentada cópia autenticada da publicação em Diário Oficial das demonstrações contábeis de maneira legível (letra “c”, “d” e “e”) em substituição ao SPED Contábil (letras “a”, “b”, “c”, “d” e “e”).

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

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

16.5.11. Comprovação de capital social mínimo ou patrimônio líquido mínimo equivalente a 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação. (Art. 69, parágrafo 4º, Lei nº. 14.133/2021);

16.6. **HABILITAÇÃO TÉCNICA**

16.6.1. A empresa deverá apresentar a documentação relativa à qualificação técnico-profissional e nos termos do art. 67 da Lei nº 14.133/2021:

16.6.1.1. **Qualificação Técnica:**

- I. Comprovação de capacidade para a execução do objeto, mediante apresentação de documento emitido por pessoa jurídica de direito público ou privado, no qual se ateste que a empresa executou a qualquer tempo, fornecimento igual ou semelhante a este que está sendo licitado;
- II. Certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora





e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

17. DA GESTÃO E FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

17.1. Das orientações gerais da fiscalização contratual

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

17.2. Dos responsáveis pela fiscalização e Gestão do Contrato:

17.2.1. Gestor do Contrato: Alan Carlo Schwendler Cardoso Matrícula: 5009118-02;

17.2.2. Fiscal Administrativo: Thiago da Costa Lopes Matrícula: 17495-1.

18. DOS CRITÉRIOS DE PAGAMENTO

18.1. Aprovada a execução do objeto e comprovada a manutenção das condições de habilitação do licitante, a Nota será encaminhado à Secretaria Municipal de Finanças Públicas.

18.2. O pagamento será efetuado em até 30 (trinta) dias após o recebimento definitivo e aprovação da fatura, pelo servidor responsável pela fiscalização do contrato e pelo Secretário Municipal solicitante.

18.3. O licitante deverá obrigatoriamente informar nas Notas Fiscais de fatura, em local de fácil visualização, a identificação do presente Concorrência, a fim de acelerar o trâmite de recebimento dos produtos e posterior liberação do documento fiscal para pagamento.

18.4. O pagamento deverá ser efetuado mediante a apresentação de Nota Fiscal ou da Fatura pelo licitante, a indicação do número do Processo Licitatório e sua modalidade e ser acompanhada de todos os documentos necessário ao seu pagamento;

18.5. O CNPJ do licitante constante na Nota Fiscal de fatura deverá ser o mesmo da documentação apresentada no processo licitatório, bem como a empresa deverá possuir conta bancária vinculada a este CNPJ para fins de recebimento dos valores.

18.6. Em se tratando de prestação de serviços, quando do pagamento, será retido, do valor da contratação, todas as retenções tributárias, como ISSQN e INSS, conforme legislação vigente.

18.7. É assegurado ao Município o direito de efetuar retenções tributárias incidentes sobre a relação contratual previstas na legislação.

18.8. O valor devido ao licitante vencedor, não sendo pago no prazo estabelecido, e desde que o atraso decorra de responsabilidade do Município, será corrigido segundo a variação do IPCA, acumulado no período que mediar entre a data prevista para pagamento e a data do efetivo pagamento.





18.9. Para efeito de desconto de eventuais faltas dos funcionários do licitante, será considerado o período mensal a que se refere a prestação dos serviços.

18.10. O pagamento será efetuado por serviço efetivamente prestado e aceito.

18.11. A glosa do pagamento durante a execução contratual, sem prejuízo das sanções cabíveis, só deverá ocorrer quando o licitante:

18.11.1. não produzir os resultados, deixar de executar, ou não executar as atividades com a qualidade mínima exigida no contrato; ou

18.11.2. deixar de utilizar materiais e recursos humanos exigidos para a execução do serviço, ou utilizá-los com qualidade ou quantidade inferior à demandada.

18.12. É condição para o pagamento da Nota Fiscal/Fatura, o fornecimento por original, cópia ou qualquer outro meio admitido pela Administração, os documentos relacionados abaixo, os quais deverão ficar arquivados junto ao contratante:

18.12.1. Certidão de regularidade fiscal Federal, Estadual, Municipal;

18.12.2. Certidão de regularidade trabalhista;

18.12.3. Certidão de regularidade do FGTS.

19. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

19.1. As despesas e custeio do objeto deste contrato, serão subsidiadas com recursos consignados na seguinte Dotação Orçamentária:

Órgão: **02 - Gabinete do Prefeito**

Secretaria: Gabinete do Prefeito

Ação: **2003 - Funcional: 0004.0122.0110 - Manutenção Gabinete do Prefeito**

Elemento: **33390390000000000000 - Outros serviços de terceiros - pessoa jurídica**

Recurso: 000001 livre

Alan Carlo Schwendler Cardoso
Chefe de Gabinete do Prefeito

Thiago da Costa Lopes
Responsável pela Elaboração do Termo de Referência

Nova Santa Rita, 23 de outubro de 2025.

