CONCORRÊNCIA PÚBLICA 14/2013

TIPO MELHOR TÉCNICA E MENOR PREÇO

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

O Município de São Lourenço do Sul, CNPJ nº 87.893.111/0001-52 sediado a Rua Coronel Alfredo Born nº 202, neste ato representado pelo Prefeito Municipal, Sr. José Daniel Raupp Martins, brasileiro, casado, portador do CPF nº 44693621072, residente e domiciliado nesta cidade, no uso de suas atribuições legais e de conformidade com a Lei n.º 8.666, de 21 de junho de 1993 e suas alterações, bem como da Lei n.º 12.232, de 29 de abril de 2010, torna público, para o conhecimento dos interessados, que às 09:30 horas, do dia 19 de dezembro de 2013 , na sala de licitações, junto a Prefeitura Municipal, localizada na Rua Coronel Alfredo Born, nº 202, Centro de São Lourenço do Sul; se reunirá a Comissão de Cadastro e Julgamento de licitação, com a finalidade de receber os envelopes de documentação e propostas para execução dos serviços da Contratação de Agencia de Publicidade.

1. OBJETO

Constitui objeto da presente licitação a prestação dos serviços técnicos de publicidade institucional do Município de São Lourenço do Sul, nos termos do § 1º do art. 37 da Constituição da República e art. 2º da Lei n.º 12.232, de 29 de abril de 2010, definidos no Anexo I - *BRIEFING*, compreendendo as seguintes atividades:

1.1 Elaboração de um Plano de Comunicação, que será avaliado e aprovado pela Assessoria de Comunicação Social do Município de São Lourenço do Sul e Subcomissão;

1.2 Desenvolvimento de ações destinadas a fortalecer a imagem institucional do Município de São Lourenço do Sul, 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, e ou nacional ou internacional.

c) pesquisa e análise dos veículos de divulgação que melhor possam comunicar as campanhas e peças publicitárias, especialmente em relação a sua natureza, área de abrangência, audiência, eficiência e custos do serviço;

d) elaboração, criação, edição, produção e distribuição de publicações impressas, tais como panfletos, folders, *bus door, front light, mini-doors, outdoors* etc.

e) Comunicação interna;

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

1.4 A verba destinada ao contrato administrativo de serviços de publicidade decorrente desta licitação é de até R$ 146.500,00 (cento e quarenta e seis mil e quinhentos reais).

2. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

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

2.2 Não poderão participar desta licitação:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

3.1.1 Os envelopes fornecidos pela administração serão padronizados, para todos os interessados, sendo que no momento da solicitação de retirada do edital, a licitante deverá informar os seguintes dados: Razão Social; CNPJ; endereço da proponente.

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

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

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

3.3 O invólucro não identificado do Plano de Comunicação Publicitária não poderá conter qualquer tipo de marca, sinal, etiqueta, impresso, insígnia, ou outro elemento capaz de identificar o proponente.

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

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

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

INVÓLUCRO D – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º

NOME E CNPJ DO PROPONENTE

3.6 O **INVÓLUCRO C –** Proposta Comercial deverá conter a oferta 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 90 dias, constituída de planilha de cotações de preços de produção e veiculação de peças publicitárias, tanto em relação a mídia, quanto a não-mídia, indicando, inclusive nominalmente, os veículos de comunicação e respectivos valores/percentuais de custo de divulgação.

3.7 O **INVÓLUCRO D –** Documentos de Habilitação conterá os documentos referidos nos itens 6.1 deste edital, que poderão ser apresentados em original, por qualquer processo de cópia autenticada por cartório competente ou por servidor desta administração.

4 PROPOSTA TÉCNICA

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

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

4.2.1 Raciocínio Básico: na forma de texto, apresentando um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Município de São Lourenço do Sul, a compreensão do proponente acerca do objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados. Deverá ser elaborado em no mínimo 03 e no máximo 05 laudas de 25 linhas, com fonte de texto “Times New Roman”, corpo 12, espaçamento entre linhas 1,5, papel tamanho A4, margens com espaçamento de 02 cm de largura á esquerda e a direita a partir da borda.

4.2.2 Estratégia de Comunicação Publicitária: sob a forma de texto, apresentando as linhas gerais da proposta, o partido temático e o conceito que, de acordo com o raciocínio básico, fundamentam a solução do problema específico de comunicação, com a exposição dos principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida pela proponente, especialmente em relação ao método de comunicação, público alvo, instrumentos, ferramentas e meios de comunicação. Deverá ser elaborado em no mínimo 03 e no máximo 05 laudas de 25 linhas, com fonte de texto “Times New Roman”, corpo 12, espaçamento entre linhas 1,5, papel tamanho A4, margens com 02 cm de largura á esquerda e a direita á partir da borda.

4.2.3 Ideia Criativa: na forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do licitante aos desafios e metas por ele explicitado na estratégia de comunicação publicitária (item 4.2.2). As peças a serem apresentadas serão limitadas a 01 (uma) peça(s)[1] para cada um dos seguintes meios: jornal, revista, cartaz, *folder*, rádio, televisão, *outdoor* e internet.

Parágrafo Único: As peças de áudio e vídeo deverão ser apresentados em Cd ou similar; e os textos poderão ser fictícios.

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

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

4.3.1 Capacidade de atendimento, demonstrada por meio de:

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

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

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

c.1) quantificação e qualificação dos profissionais da proponente que permanecerão disponíveis para a execução do contrato, junto ao Município.

c.2) sistemática de atendimento, discriminadas as obrigações a serem cumpridas pelo serviço de atendimento da proponente para execução do contrato, inclusive em relação a prazos, em dias úteis, a serem cumpridos em condições normais de trabalho para a criação de peça avulsa ou campanha, produção de publicidade e elaboração de plano de mídia;

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

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

4.3.2 Repertório, com a apresentação, na forma de peças e respectivas fichas técnicas, do conjunto de trabalhos concebidos e veiculados pela proponente, podendo ser apresentadas até 05 peça (s), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou características de cada uma, desde que acompanhadas de ficha técnica, com indicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver, seu título, data de produção, período de veiculação/exposição e menção de pelo menos um veículo de comunicação que a divulgou.

4.3.3 Relatos de soluções de problemas de comunicação, devendo

ser apresentados até dois casos, com exposição das soluções de problema de comunicação, referendados pelos respectivos contratantes/anunciantes, sendo vedada a apresentação de ações de comunicação solicitadas e/ou contratadas pelo Município de São Lourenço do Sul, limitados estes a 02 laudas, em folha de tamanho A4, de 25 linhas cada, com fonte de texto “Times New Roman”, corpo 12, espaçamento entre linhas de 1,5.

4.4 A critério do Município de São Lourenço do Sul, a campanha publicitária da proposta vencedora poderá ou não ser produzida e veiculada, com ou sem modificações, na vigência do futuro contrato administrativo.

5. PROPOSTA COMERCIAL

5.1 O **INVÓLUCRO C** deverá conter:

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

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

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

b.2) percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes a produção e a execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, conforme art. 11 da Lei n.º 4.680/1965;

b.3) percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens, de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual;

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

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

Observação 1: O prazo de validade da proposta é de 90 dias a contar da data aprazada para a sua entrega.

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

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

5.3 Os honorários relativos aos itens das alíneas “b.4” e “b.5” do item 5.1 poderão ter seus valores reajustados pela variação do Índice Geral de Preços de Mercado – IGPM, disponibilizado pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), desde que decorrido um ano da cessão original dos direitos.

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

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

6. DA HABILITAÇÃO

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

6.2 HABILITAÇÃO JURÍDICA:

a) registro comercial, no caso de empresa individual;

b) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

c) decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

d) Declaração de Idoneidade (conforme o anexo v)

6.3 REGULARIDADE FISCAL:

a) prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ/MF);

b) prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes do Município ou do

Estado, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividades;

c) prova de regularidade com a Fazenda Federal (Certidão Negativa de Débito de Tributos e Contribuições Federais expedida pela Secretaria da Receita Federal e Certidão Negativa de Débitos quanto à dívida ativa da União, expedida pela Procuradoria Geral da Fazenda Nacional), Estadual e Municipal, sendo a última do domicílio ou sede do licitante;

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

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

6.4 REGULARIDADE TRABALHISTA

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

b) Declaração que atende ao disposto no artigo 7°, inciso XXXIII, da Constituição Federal, conforme o modelo do Decreto Federal n.° 4.358/02;(conforme anexo IV).

6.5 QUALIFICAÇÃO TÉCNICA:

a) comprovação de aptidão para desempenho de atividades pertinentes e compatível em características, quantidades e prazos com o objeto da licitação, através de atestado fornecido por pessoa jurídica de direito público ou privado contratante do serviço e devidamente certificada pela entidade profissional competente, expedidas em nome da licitante;

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

6.6 QUALIFICAÇÃO ECONÔMICA-FINANCEIRA

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

a) índice de liquidez corrente (LC): avalia a capacidade da em-

presa de saldar suas obrigações à curto prazo.

$$\frac{AC}{PC} = \text{igual ou superior a 1}$$

b) índice de liquidez geral: mede a capacidade da empresa liquidar suas dívidas à curto e longo prazo.

$$\frac{(AC + RLP)}{(PC + ELP)} = \text{igual ou superior a 1}$$

c) índice de solvência geral: expressa a capacidade da empresa de liquidar suas dívidas no caso de falência.

$$\frac{AREAL}{(PC + ELP)} = \text{igual ou superior a 1,5}$$

Onde: AC – Ativo Circulante

PC – Passivo Circulante

RLP – Realizável a Longo Prazo

ELP – Exigível a Longo Prazo

AREAL – Ativo total diminuído dos valores não passíveis de conversão em dinheiro (ex: ativo diferido, despesas pagas antecipadamente, imposto de renda diferido, etc).

Obterão classificação econômico-financeira, relativa ao Balanço Patrimonial, as empresas que apresentarem, pelo menos, dois dos três índices iguais ou superiores aos estabelecidos neste item.

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

b) certidão negativa de falência ou recuperação judicial expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, em prazo não superior a 90 (noventa) dias da data designada para a apresentação do documento;

6.7 A empresa que pretender se utilizar dos benefícios previstos nos art. 42 a

45 da Lei Complementar n.º 123, de 14 de dezembro de 2006, deverá apresentar, no envelope de habilitação, declaração, firmada por contador, de que se enquadra como microempresa ou empresa de pequeno porte, além de todos os documentos previstos neste edital.

6.7.1 As cooperativas que tenham auferido, no ano calendário anterior, receita bruta até o limite de 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais), gozarão dos benefícios previstos nos art. 42 a 45 da Lei Complementar n.º 123, de 14 de dezembro de 2006, e no art. 34, da Lei n.º 11.488, de 15 de junho de 2007, desde que também apresentem, no envelope de habilitação, declaração, firmada por contador, de que se enquadram no limite de receita referido acima, além de todos os documentos previstos neste edital.

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

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

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

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

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

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

7. CRITÉRIOS DE ACEITABILIDADE E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

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

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

.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

a) houver aposição, na via não identificada do Plano de Comunicação

Publicitária, de marca (inclusive dobraduras), sinal, impresso ou qualquer outro elemento que, de alguma forma, possa identificar o licitante proponente;

b) obtiver nota zero em qualquer dos quesitos técnicos;

c) não obtiver, no somatório final dos quesitos, a nota mínima de 50 pontos.[2]

7.9 De acordo com o § 2º do art. 6º da Lei n.º 12.232/2010, se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica prevista no § 1º do art. 10 da Lei n.º 12.232/2010, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º da Lei n.º 12.232/20010 (identificação do **INVÓLUCRO A** – Plano de Comunicação Publicitária (via não identificada).

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

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

8. CRITÉRIOS DE ACEITABILIDADE E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS COMERCIAIS

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

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

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

DESCONTO/HONORÁRIOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA
Percentual de desconto a ser concedido sobre os serviços a serem executados pela contratada (alínea 'b.1' item 5.1)	1,0 X Desconto
Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição não proporcione ao licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação (alínea 'b.2' item 5.1)	5,0 X Desconto
Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores (alínea 'b.3' item 5.1)	3,0 X Desconto
Percentual de honorários a ser cobrado na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao cachê original a ser pago a atores e modelos (alínea 'b.4' item 5.1)	0,5 X Desconto
Percentual de honorários a ser cobrado na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago aos detentores dos direitos patrimoniais de uso dessas obras (alínea 'b.5' item 5.1)	0,5 X Desconto
Observação: para efeito de cálculo das notas de cada licitante, os termos **desconto** e **honorários** serão substituídos nas fórmulas da coluna "Pontuação máxima" pelas respectivas percentagens que constarem na sua planilha de quantitativos e custos, sem o símbolo %.	

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

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

9 DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E COMERCIAIS

9.1 As licitantes serão classificadas em ordem decrescente de pontuação,

aferida mediante a aplicação da seguinte fórmula:

(PPT X 50%) + (PPC X 50%) = PONTUAÇÃO FINAL

Considerando-se:

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

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

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

a) produzidos no País;

b) produzidos ou prestados por empresas brasileiras;

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

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

10 DO PROCESSAMENTO

10.1 A presente licitação será processada e julgada por comissão permanente de licitação, designada pela autoridade superior, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas, que serão efetuados por subcomissão técnica.

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

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

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

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

10.4 A comissão de licitações abrirá o invólucro contendo a via não identificada do plano de comunicação publicitária e o **INVÓLUCRO B**, contendo os documentos

referentes à capacidade de atendimento, o repertório e o relato de soluções de problemas de comunicação, rubricando todos os documentos.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

11. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

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

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

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

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

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

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

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

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

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

sorteio por qualquer interessado.

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

12. DOS RECURSOS

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

13. DOS PRAZOS

13.1 Esgotados todos os prazos recursais, a Administração, no prazo de 02 (dois) dias uteis, convocará o vencedor para assinar o contrato, sob pena de decair do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no art. 81 da Lei n.º 8.666/1993.

13.2 O prazo de que trata o item anterior poderá ser prorrogado uma vez, pelo mesmo período, desde que seja feito de forma motivada e durante o transcurso do respectivo prazo.

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

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

14. DAS PENALIDADES

14.1 multa de 2 % (dois por cento) por dia de atraso, limitado esta a 10 (dez) dias, após o qual será considerado inexecução contratual;[3]

14.2 multa de 10% (dez por cento) no caso de inexecução parcial do contrato, cumulada com a pena de suspensão do direito de licitar e o impedimento de contratar com a Administração pelo prazo de 01 (um ano);

14.3 multa de 15 % (quinze por cento) no caso de inexecução total do contrato, cumulada com a pena de suspensão do direito de licitar e o impedimento de contratar com a Administração pelo prazo de 02 (dois anos).

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

15. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

15.1 O pagamento será efetuado, em moeda vigente no país, mediante depósito em conta bancária, até o 05º (quinto) dia útil, do mês subsequente. O qual será realizado mediante ao ateste da nota fiscal, ou documento equivalente, devidamente atestada pela Secretaria Ordenadora.

15.1.1 Para fins de comprovação dos serviços prestados a contratada terá que apresentar juntamente com a nota fiscal ou documento equivalente os comprovantes de quitação dos serviços de terceiros tomados no mês anterior. de acordo com a proposta de preços apresentada nesta licitação, com estrita observância ao desconto proposto.

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

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

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

16. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTARIA

As despesas decorrentes da contratação, estimadas para o período de vigência do contrato (12 meses), em R$ 146.500,00 (cento e quarenta e seis mil e quinhentos), oriundas desta licitação, correrão à conta da seguinte dotação orçamentária:

10352- Serviços Técnicos Profissionais

17. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

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

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

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

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

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

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

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

17.7 Constituem anexos e fazem parte integrante deste edital: I – briefing; II – minuta de contrato; III –modelo de proposta comercial; IV – modelo de declaração; V – modelo de declaração; VI – critérios de julgamento das propostas técnicas;

Informações serão prestadas aos interessados no horário das 08 h às 11:30 e das 13:30 as 16:30 hs h, na Prefeitura Municipal de São Lourenço do Sul, na Central de Compras e Licitações, sita na Rua/Av.Coronel Alfredo Born, n.º 202, em São Lourenço do Sul; pelo telefone 053-3251 9594 / 3251 9563 ou ainda pelo email, compras@saolourencodosul.rs.gov.br, onde poderão ser obtidas cópias do edital e seus anexos.

São Lourenço do Sul, 13 de novembro de 2013.

_____

Joselaine de Quevedo
Coordenadora da Central de Compras e Licitações.

Anexo I
BRIEFING

HISTÓRICO DO MUNICÍPIO

A origem do Município remonta ao final do século 18, quando a Coroa Portuguesa distribuiu terras (sesmarias), localizadas nas margens da Lagoa dos Patos, a militares açorianos que se destacaram nas guerras contra os espanhóis. Os proprietários ergueram capelas em devoção aos santos que suas famílias eram devotas.

Em 1807, os moradores da Fazenda do Boqueirão construíram a capela de Nossa Senhora da Conceição, ao redor da qual se desenvolveu o povoado que é o berço do Município. Em 1830, o povoado da Fazenda do Boqueirão foi elevado à Freguesia, por decreto de Dom Pedro I, sendo desmembrado da Vila de Rio Grande e incorporado à Vila de São Francisco de Paula, atual município de Pelotas.

Muito embora a Freguesia de Boqueirão tenha sido elevada à condição de vila e emancipada de Pelotas em 26/4/1884, a sede do novo município foi transferida em 15/2/1890 para São Lourenço, que em 31/3/1938 passou a ser cidade.

A principal atividade econômica de São Lourenço na atualizada é a agropecuária, com destaque para suínos, bovinos, laticínios, milho, feijão, soja, arroz, batata, cebola, fumo, aspargo, pimenta, alho e amendoim. Das terras de São Lourenço, 95% pertencem a pequenos e médios produtores. Também são importantes a indústria do couro e o turismo, que conta com uma importante quantidade de hotéis, pousadas e restaurantes.

EVENTOS IMPORTANTES

São eventos marcantes em São Lourenço as festas de Iemanjá e de Nossa Senhora de Navegantes, as festas da Colheita e do Colono, assim como a festa do Divino no Distrito de Boqueirão, Südoktoberfest, e a Festa de São Lourenço. O Reponte da Canção e o Carnaval também são destaques. As praias de São Lourenço são as mais bonitas da Lagoa dos Patos. É conhecida como “A terra de todas as paisagens”.

APRESENTAÇÃO

A elaboração de um plano de comunicação para a Prefeitura municipal de São Lourenço do Sul objetiva unificar e fortalecer a identidade visual da atual gestão, possibilitando que a comunicação oficial da prefeitura efetivamente contribua no processo de consolidação das marcas do governo.

A centralização da comunicação oficial da prefeitura, tendo como base a aplicação da logomarca, facilitará a identificação das ações, serviços, unidades e empresas que integram o governo municipal. Da mesma forma, será potencializado o reconhecimento do trabalho desenvolvido pelos agentes de governo, de nível gerencial ou operacional, em cada pasta.

A logomarca aprovada pelo conjunto do governo expressa, em sua composição, a atuação participativa de cada cidadão, e procura simbolizar a proposta político-

administrativa desta gestão, incluindo os compromissos assumidos durante a campanha eleitoral. Ela deve ser preservada em qualquer ação de comunicação. Assim como a logo, as peças devem passar o espírito de um governo de inclusão, que está preocupado com seu cidadão, que acolhe seu turista, que é moderno e dinâmico.

O uso continuado e apropriado da logomarca, obedecidos os parâmetros e aplicações, terá forte influência na participação popular e na consolidação do exercício da cidadania tanto no campo quanto na cidade.

A linha de comunicação a ser adotada na criação das peças de comunicação deve atender o objetivo de dar unidade às diversas instâncias da administração em torno das ações deste governo. Além disso, deve constituir-se em um importante instrumento para o incentivo à autoestima do município, possibilitando aos moradores das suas diversas comunidades e bairros o sentimento de participação na gestão e no processo de transformação e qualificação do espaço de convivência e de relacionamento humano.

> A execução de um projeto publicitário que alie informação à formação da cidadania, pretende, em primeiro lugar, divulgar as ações desenvolvidas pela administração. municipal à população; e, em segundo lugar, busca mostrar que o cidadão tornou-se co-autor da melhoria na qualidade de vida existente no município.

Todas as aplicações da assinatura visual devem respeitar obrigatoriamente uma margem mínima de área livre a sua volta, denominada campo de proteção da assinatura. Essa medida tem a finalidade de garantir a integridade e legibilidade, evitando a influência de outros elementos gráficos por aproximação indevida.

BRIEFING CAMPANHA

PROBLEMA/OPORTUNIDADE DE COMUNICAÇÃO

A Prefeitura de São Lourenço desenvolve ações individuais, sem identidade visual, periodicidade ou sistemática de trabalho. A ação não tem uma cara. Com o plano de comunicação, precisamos informar engajar, apresentar ações e mobilizar a sociedade.

Nesse sentido, a primeira demanda é elaborar um plano de comunicação completo, com diagnóstico local, definição das características do público-alvo, e exemplos de campanhas. Sugestão: tomar como base as principais datas comemorativas do município, e as principais demandas de cada secretaria, tudo de forma sistemática, definindo como será o método de trabalho

BREVE RESUMO DO ÓRGÃO/SECRETARIA/AUTARQUIA/VINCULADA

Nome do solicitante: Secretaria Municipal de Desenvolvimento Rural

Área em que atua: Na zona rural do município do São Lourenço do Sul e tem por finalidade a promoção do desenvolvimento sustentável do segmento rural constituí-

do principalmente pelos agricultores familiares e/ou ecológicos, agroindústria e piscicultura;

Público: Agricultores, moradores das comunidades rurais e pescadores;

Necessidades: Esta secretaria tem a necessidade dos materiais listados abaixo, porém cabe à agência contratada sugerir novos materiais que por ventura possam substituir os já listados ou incluí-los na programação.

Secretaria/Coordenadoria: Secretaria Municipal de Desenvolvimento Rural								
Tipo de Material Ex.: Cartão de visita dos Subprefeitos:	**Formato/Tamanho** Ex.: A3, A4, A5, 10x15; Orientação: retrato, paisagem;	**Acabamentos** Ex.: grampos, espiral, aplicação de verniz, laminação;	**Paginação** Ex.: 12 páginas;	**Marcas** Ex.: corte, dobras;	**Tipo de Papel/Material** Ex.: Papel Couché fosco, 75g/m²; Banner em lona;	**Impressão** Ex.: Frente e verso, só frente;	**Cores** Ex.: P&B, colorido;	**Tiragem** Ex.: 2 mil cópias;
Cartão de Visita	9x5cm				Papel couché, 230g.	Frente e verso.	Colorido.	800 unidades.
Cartaz	45x60cm				Papel Couché 170g.	Frente	Colorido	200 unidades
Certificado	A4				Reciclato 230g	Frente	Colorido	200 unidades
Flyer	15x20cm				Papel Couché 125g.	Frente e verso.	Colorido	4 mil
Folder	A4			2 dobras	Papel Couché 125g.	Frente e verso.	Colorido	6 mil
Folheto	A4		12 páginas	1 dobra	Papel Couché 125g.	Frente e verso.	Colorido	2 mil
Cartilha	A4		20 páginas	1 dobra	Papel couché 125g.	Frente e verso.	Colorido	2 mil
Faixa	5x0,8m				Lona	Frente	Colorio	8 unidades
Banner	1x2m				Lona	- Frente	Colorido	8 unidades
Pastas	A4							2 mil

Tipo de material – Rádio Ex.: Spot divulgação Banco do Povo.	**Duração** Ex.: 30 segundos.	**Inserções** Ex.: 10 inserções no Mensageiro Rural, na Rádio São Lourenço.
Spots de divulgação		4 horas de inserções.

Nome do solicitante: Secretaria de Planejamento e Meio Ambiente

Área em que atua: A secretaria atua no perímetro urbano e rural do município e é responsável pela elaboração de projetos e captação de recursos, pela política ambiental municipal e planejamento territorial.

Público: Todos os moradores do município, porém em alguns casos a secretaria pode desenvolver alguma campanha destinada para um público específico, como por exemplo, uma campanha sobre o uso consciente da água no período do verão para os turistas e pessoas que visitam o município na temporada de praia.

Necessidades: Esta secretaria tem a necessidade dos materiais listados abaixo, porém cabe à agência contratada sugerir novos materiais que por ventura possam substituir os já listados ou incluí-los na programação.

Secretaria/Coordenadoria: Secretária Municipal de Planejamento e Meio Ambiente						
Tipo de Material Ex.: Cartão de visita dos Subprefeitos;	**Formato/Tamanho** Ex.: A3, A4, A5, 10x15; Orientação: retrato, paisagem;	**Acabamentos** Ex.: grampos, espiral, aplicação de verniz, laminação;	**Paginação** Ex.: 12 páginas;	**Marcas** Ex.: corte, dobras;	**Tipo de Papel/Material** Ex.: Papel Couché fosco, 75g/m²; Banner em lona;	**Impressão** Ex.: Frente e v te;
Sacola para palanca de Carro.	34x20 cm	Não	-	Não	TNT	Frente
Sacolas Multiuso	36x28 cm	Cordão Azul	-	Não	TNT	Frente
Pasta	23x31,5 cm	Com fotos (digital)	-		Reciclado	

Banner	1,00 x 1,20	Com Fotos (digital)	-	Não	Lona	Frente
Folder	A4	Não	-	2	Reciclado	Frente e verso
Folder				1	Reciclado	Frente e Verso
Adesivo	15x10	Não		Não	Vinil	Frente
Adesivo	10cm de diâmetro	Fundo transparente		Recorte circular	Vinil	Frente
Adesivo	15x10cm			Recorte oval	Vinil	Frente
Cartilha	21x15cm	Grampos	8	Não	Reciclado	Frente e Verso
Flyer	A4			Não	Reciclado	Frente e Verso
Faixa	2x0,6 metros	Não			Lona	Frente
Folheto	21x15cm	Grampos	6	Não	Reciclado	Frente e verso
Cartão de visita	9x5cm				Couchê 230g.	Frente
Folder (sanea-mento)	21x15			1 dobra	Couché	Frente e verso

*60 horas de carro de som

- Quantidade por ano.

Nome do solicitante: Secretaria Municipal do Turismo, Indústria e Comércio.

Área em que atua: A secretaria é responsável pela política de promoção do desenvolvimento turístico, econômico e de geração de emprego e renda.

Público: Todos os moradores do município, porém suas ações em muitos casos terão abrangência estadual, com o objetivo de trazer para turistas para o município.

Secretaria/Coordenadoria: Secretaria Municipal de Turismo, Indústria e Comércio (SMTIC)

Tipo de Material	Formato/Tamanho	Acabamentos	Paginação	Marcas	Tipo de Papel/Material	Impressão	Cores	Tiragem
Cartão de visita para os (06) seis departamentos mais o secretário	8,5cmx5cm; Retrato				Papel couchê 150g, 4x0	Só Frente	Colorido 4x0	200/ano para os seis departamentos (turismo, eventos, ecosol, adm, industria e comercio) mais o secretário somando 1400 cartões
Cartaz	A2				Couchê 150g, 4x0 cores a combinar	Só frente	Colorido 4x0; a combinar	500 unidades/ano
Cartaz	A3				Couchê 90g	Só frente	Colorido 4x0 arte a combinar	500 unidades/ano
Certificado	A4				Papel Cartão; 180g/m²	Frente	Colorido 4x0	500 unidades/ano
Flyers (para os seis Departamentos)	Retrato 15x21				Couchê 90g; 4x0	Frente	Colorido 4x0	6 mil/ano
Cartões Postais (Dep. de Turismo)	Retrato; 10cmx15cm	Laminação; Verniz ou Laminação Fosca			Papel triplex 250gr; 4x1	Frente e verso (para os dados postais)	Colorido 4x0 (seis artes diferentes)	3 mil/ano (quinhentos para cada arte)

Folder Banco do Povo	A4; 14cmx21cm; Retrato				Papel couchê Brilho 120g	Frente e Verso	Colorido 4x4 (arte a combinar	5 mil/ano

Tipo de material – Rádio Ex.: Spot divulgação Banco do Povo.	**Duração** Ex.: 30 segundos.	**Inserções** Ex.: 10 inserções no Mensageiro Rural, na Rádio São Lourenço.
Verão	30 segundos	200 inserções/ano
Carnaval	30 segundos	200 inserções/ano
Reponte	30 segundos	200 inserções/ano
Festa do Peixe	30 segundos	200 inserções/ano
Semana do Turismo	30 segundos	200 inserções/ano
Banco do Povo	30 segundos	200 inserções/ano
Economia Solidária	30 segundos	200 inserções/ano
Feira do Empreendedor	30 segundos	200 inserções/ano

Tipo de material – Carro de Som **Ex.: Divulgação Baile do Conviver.**	**Duração** **Ex.: 30 segundos.**	**Inserções** **Ex.: 2 horas diárias nos bairros.**
Chamada Verão	30 segundos	Total de 500 horas/ano somando todos os eventos
Carnaval	30 segundos	
Reponte da Canção	30 segundos	
Festa do Peixe	30 segundos	
Semana do Turismo	30 segundos	
Banco do Povo	30 segundos	
Economia Solidária	30 segundos	
Feira do Empreendedor	30 segundos	

Tipo de material – Audiovisual **Ex.: VT divulgação Campanha Comprar em SLS é Legal.**	**Duração** **Ex.: 30 segundos.**	**Inserções** **Ex.: 10 inserções na RBSTV no intervalo do Jornal do Almoço.**
Verão	15 segundos	15 inserções/ano
Carnaval	15 segundos	15 inserções/ano
Reponte da Canção	15 segundos	15 inserções/ano
Vídeo Promocional do Município	08 minutos	Confecção de vídeo

Nome do solicitante: Secretaria Municipal da Fazenda.

Área em que atua: A secretaria é responsável pela chefia dos setores de Contabilidade (Orçamento, PPA, LDO, etc), Financeiro (pagamento aos fornecedores), Centro de processamento de Dados (DTIF), Arrecadação (tributos diversos como IPTU, ITBI, taxas etc), Fiscalização (alvarás de localização e fiscalização de empresas), Central de Compras (licitações da prefeitura), Almoxarifado (armazenamento das mercadorias compradas), Patrimônio(controle patrimonial da prefeitura), Icms (talões Produtor Rural) e Terminal Rodoviário (estação Rodoviária).

Público: Esta secretaria abrange todos os moradores do município, porém seu principal público nas ações é a população economicamente ativa que paga impostos.

Necessidades: Esta secretária tem a necessidade dos materiais listados abaixo, porém cabe à agência contratada sugerir novos materiais que por ventura possam substituir os já listados ou incluí-los na programação.

Secretaria/Coordenadoria: Secretaria Municipal da Fazenda								
Tipo de Material Ex.: Cartão de visita dos Subprefeitos;	**Formato/Tamanho** Ex.: A3, A4, A5, 10x15; Orientação: retrato, paisagem;	**Acabamentos** Ex.: grampos, espiral, aplicação de verniz, laminação;	**Paginação** Ex.: 12 páginas;	**Marcas** Ex.: corte, dobras;	**Tipo de Papel/Material** Ex.: Papel Couché fosco, 75g/m²; Banner em lona;	**Impressão** Ex.: Frente e verso, só frente;	**Cores** Ex.: P&B, colorido;	**Tiragem** Ex.: 2 mil cópias;
Anúncio em Jornal IPTU	26x5 cm	-	-	-	Papel Jornal	Frente	Colorido	27
Cartaz*	45x60 cm	-	-	-	Papel Couché	Frente	Colorido	200
Certificado*	A4	-	-	-	Couchê fosco 230g	Frente	Colorido	50
Flyer*	15x20cm	-	-	-	Couché Fosco 125g	Frente	Colorido	1000
Folder*	A4			1 dobra	Couché Fosco	Frente e verso	Colorido	1.000

Raspadinha*	10x5cm	Área raspável	-	-	Papel especial	Frente e verso	Colorido	80 mil
Folheto Educação Fiscal	A5	-	4 páginas	1 dobra	Papel couché fosco	Frente e verso	Colorido	10 mil
Banner*	1,5 x 2 metros	-	-	-	Lona	Frente	Colorido	2 unidades

Nome do solicitante: Secretaria Especial do Gabinete.

Área em que atua: A secretaria é responsável por acompanhar o prefeito nas suas viagens; realizar serviços externos para o prefeito dentro e fora do município; cuidar da parte burocrática referente ao Gabinete do Prefeito.

Público: A população do município.

Necessidades: Esta secretaria tem a necessidade dos materiais listados abaixo, porém cabe à agência contratada sugerir novos materiais que por ventura possam substituir os já listados ou incluí-los na programação.

Secretaria/Coordenadoria: Secretária Especial de Gabinete								
Tipo de Material Ex.: Cartão de visita dos Subprefeitos;	**Formato/Tamanho** Ex.: A3, A4, A5, 10x15; Orientação: retrato, paisagem;	**Acabamentos** Ex.: grampos, espiral, aplicação de verniz, laminação;	**Paginação** Ex.: 12 páginas;	**Marcas** Ex.: corte, dobras;	**Tipo de Papel/Material** Ex.: Papel Couché fosco, 75g/m²; Banner em lona;	**Impressão** Ex.: Frente e verso, só frente;	**Cores** Ex.: P&B, colorido;	**Tiragem** Ex.: 2 mil cópias;
Faixa	1,00x5,00 m	Não	-	Não	Lona	Frente	Colorido	4
Banner	1,60x 2,00 m	Não	-	Não	Lona	Frente	Colorido	5

Cartão de Visita	9x5 cm	Lamina-ção	-	Não	Couchê Fosco	Frente	Colo-rido	2.000
Cartazes	45x60 cm	Não	-	Não	Couchê	Frente	Colo-rido	800
Certificados	21x29,7	Não	-	Não	Couchê	Frente	Colo-rido	1.000
Flyer	21x15 cm	Não	-	Não	Couchê	Frente e verso	Colo-rido	1.000
Folders	A4	Não	Não	2	Couchê	Frente e Verso	Colo-rido	2.000
Cartilha	A4	Não		Não	Papel Reci-clável	Frente e Verso	Colo-rido	5.000
Apostila	21x29,7	Não		Não	Offset	Frente e Verso	Colo-rido	1.000
Revista	21x30	Grampos	32	Não	Couchê	Frente e Verso	Colo-rido	10.000
Jornal	23x31	Não	12	1	Couchê	Frente e Verso	Colo-rido	5.000

Nome do solicitante: Secretaria Municipal de Educação, Cultura e Desporto

Área em que atua: A secretaria é responsável pela educação básica e fundamental de São Lourenço do Sul e pelas atividades culturais e do desporto do município.

Público: A população do município será necessário atingir o público da região ou estado quando forem atividades culturais.

Necessidades: Esta secretaria tem a necessidade dos materiais listados abaixo, porém cabe à agência contratada sugerir novos materiais que por ventura possam substituir os já listados ou incluí-los na programação.

Secretaria/Coordenadoria:Coordenadoria de Cultura						
Tipo de Material	Formato/Tamanho	Acabamentos	Marcas	Tipo de Pa-pel/Material	Impres-são	Cores

Folder (09 artes)	A4		2 dobras	Papel couchê 90g	Frente e verso	Colorido 5x5
Crachás (9 artes)	10x15cm	plastificados, c/ cordão 30 cm		papel couche 115g	frente	Colorido 5x5
Cartaz (18 artes)	A3			Papel reciclado 90g	Frente	Colorido 5x0
Flyers (30 artes)	10x15cm			Papel reciclado 90g	Frente e verso	Colorido 5x5
Adesivo (06 artes)	15x7cm	brilho			Frente	Colorido 5X0
Adesivo (03 artes)	10x10	brilho	Corte circular		Frente	Colorido 5X0
Marcadores de páginas (06 artes)	21x5cm			Papel reciclado 240g	Frente	Colorido 5X0
Ficha de cadastro de leitor biblioteca (1 arte)	???			Papel sulfite 90g	Frente e verso	Colorido e Preto e 5X1
Ficha autor biblioteca (1 arte)	???			Papel sulfite 90g	Frente e verso	Colorido e Preto e 5x1
Ficha biblioteca devoluções (1 arte)	???			Papel sulfite 90g	Frente	Preto e branco
Bolso livro biblioteca (1 arte)	???			Papel sulfite 90g	Frente	Colorido 5X5
Certificados (20 artes)	A4			Papel couchê 230g	Frente	Colorido 5X0
Convite (25 artes)	Meio ofício (21x14m),5			Papel sulfite 180g	Frente	Colorido
Sacola papel (2 artes)	20x30cm			Papel Kraft	Frente e verso	Colorido 5x5
Pastas (2 artes)	46x34cm			Papel reciclado 240g	Frente e verso	Colorido 5x5

Banners (25 artes)	1x1,5m	Bastão e cordão Ilhós cromados c/ ajuste em cinta PVC		Lona com impressão digital	Frente	Colorido 5x0
Testeira (16 artes)	8x1m			Lona com impressão digital	Frente	Colorido 5x0
Saia de Palco (12 artes)	8x1,5m	Bastão		Lona com impressão digital	Frente	Colorido5x0
Fundo de palco (9 artes)	8x3m	Ilhós cromados c/ ajuste em cinta PVC		Lona com impressão digital	Frente	Colorido5x0

Tipo de material – Carro de Som Ex.: Divulgação Baile do Conviver.	**Duração** Ex.: 30 segundos.	**Inserções** Ex.: 2 horas diárias nos bairros.
Divulgação dos eventos e atividades da Coordenadoria de Cultura (40 eventos)	30 segundos	1.200 horas sendo 2 diárias

Secretaria/Coordenadoria:Coordenadoria de educação							
Tipo de Material	Formato/Tamanho	Acabamentos	Marcas	Tipo de Papel/Material	Impressão	Cores	Tiragem
Cartões de visita (secretária e adjunta)	9x5 cm	Laminação		Couché brilho	Frente	Colorido	300
Cartaz	A3	Laminação		Couché branco 120g	Frente	Colorido	150
Flyer	10x15 cm	Laminação	Sem dobra	Couché fosco 115g	Frente	Colorido	5.000
Postal	10x15 cm	Laminação		Supremo 250g	Frente	Colorido	1.000
Folder	10x20 cm			Couché 90g	Frente	Colorido	5.000

Folder	Oficio		Duas dobras		Frente e verso	Colorido	3.000
Cartilha	A4	Grampo Canoa	15 páginas	Reciclato 150g	Frente e verso	Colorido	5.000
Jornal	A4	Grampo Canoa	20 páginas	Reciclato	Frente e verso	Colorido	5.000
Livro	15x21 cm	Lombada quadrada Capa:orelha	150 pg	Miolo:couché fosco 90g Capa: couché fosco 230g	Frente e verso	Colorido	5.000
Banner	1,20x1,50 m			Plastificado	Frente	Colorido	15
Placas	50x40 cm			Acrílico 3ml	Ploter de recorte e impressão digital	Colorido	4
Faixa	10x1,5 m	Com ilhós		Lona	Frente	Colorido	10
Pastinha	A4	Laminação		Supremo 250g	Frente e verso	Colorido	2.000
Sacola eco bag*						Colorida	1.500

* Não possuímos informações sobre as especificações deste material

Tipo de material – Rádio Ex.: Spot divulgação Banco do Povo.	**Duração** Ex.: 30 segundos.	**Inserções** Ex.: 10 inserções no Mensageiro Rural, na Rádio São Lourenço.
Divulgação dos eventos da SMECD	30 segundos a 1 minuto	500 inserções ano

Secretaria/Coordenadoria: Coordenadoria de Desporto

Tipo de Material Ex.: Cartão de visita dos Subprefeitos;	**Formato/Tamanho** Ex.: A3, A4, A5, 10x15; Orientação: retrato, paisagem;	**Acabamentos** Ex.: grampos, espiral, aplicação de verniz, laminação;	**Paginação** Ex.: 12 páginas;	**Marcas** Ex.: corte, dobras;	**Tipo de Papel/Material** Ex.: Papel Couché fosco, 75g/m²; Banner em lona;	**Impressão** Ex.: Frente e verso, só frente;	**Cores** Ex.: P&B, colorido;	**Tiragem** Ex.: 2 mil cópias;
Cartão de Visita	9 x 5	Laminação	-	-	Fosco	Frente/verso	Colorido	300
Cartaz	31 x 45 (retrato) Couchê brilho	Laminação	-	-	Couchê brilho	Frente	Colorido	600
Certificado	21 x 29,7-A4	Couchê Fosco	-	-	Couchê Fosco	Frente	Colorido	500
Flyer	10 x 15	Fosco	-	-	Fosco	Frente/verso	Preto e Branco	900
Folder	A 4	Fosco	-	2 dobras	Fosco	Frente/verso	Colorido	900
Apostila	A 4	Espiral	-	-	Ap 75G	Frente/verso	P&B	200
Revista	????	Grampo Canoa	-	-	Miolo: C.brilho 120g Capa: C. brilho 230g	-	Colorido	??
Banner	1.00 x 1,25	-	-	-	Lona	Frente	Colorido	12
Faixa	2,50 x 0,80	-	-	-	Lona	Frente	Colorido	12
Placa	1,50 x 2,50	-	-	-	Lona	Frente	Colorido	10

Tipo de material – Audiovisual **Ex.: VT divulgação Campanha Comprar em SLS é Legal.**	**Duração** **Ex.: 30 segundos.**	**Inserções** **Ex.: 10 inserções na RBSTV no intervalo do Jornal do Almoço.**
Filmagem para Futebol do Praiano		
Filmagem para Municipal de Futebol		
Filmagem Regatas		

Filmagem dos programa/projetos (8)		

Tipo de material – Carro de Som **Ex.: Divulgação Baile do Conviver.**	**Duração** **Ex.: 30 segundos.**	**Inserções** **Ex.: 2 horas diárias nos bairros.**
Divulgação de Projetos/programas	60s	120 hs anuais
Divulgação de Campeonatos	60s	
Divulgação de Eventos	60s	

Tipo de material – Rádio **Ex.: Spot divulgação Banco do Povo.**	**Duração** **Ex.: 30 segundos.**	**Inserções** **Ex.: 10 inserções no Mensageiro Rural, na Rádio São Lourenço.**
Esporte para divulgação Campeonatos e Torneios	30s	
Esporte para divulgação Programa Municipal de Esporte	30s	

Nome do solicitante: Secretaria Municipal de Obras e Urbanismo

Área em que atua: A secretaria é responsável pelo serviço de limpeza e suporte às demais pastas do Executivo lourenciano, bem como nos setores de infraestrutura, iluminação pública, recuperação de calçamento e outros.

Público: A população do município em geral seus materiais geralmente serão com a finalidade de prestar um serviço ao cidadão.

Necessidades: Esta secretaria tem a necessidade dos materiais listados abaixo, porém cabe à agência contratada sugerir novos materiais que por ventura possam substituir os já listados ou incluí-los na programação.

Secretaria/Coordenadoria: Coordenadoria de Habitação							
Tipo de Material Ex.: Cartão de visita dos Subprefeitos;	**Formato/Tamanho** Ex.: A3, A4, A5, 10x15; Orientação: retrato, paisagem;	**Acabamentos** Ex.: grampos, espiral, aplicação de verniz, laminação;	**Marcas** Ex.: corte, dobras;	**Tipo de Papel/Material** Ex.: Papel Couché fosco, 75g/m²; Banner em lona;	**Impressão** Ex.: Frente e verso, só frente;	**Cores** Ex.: P&B, colorido;	**Tiragem** Ex.: 2 mil cópias;
Cartão de visita	9x5 cm	Laminação	Não	Couchê	Frente	Colorido	2.000

Banner	1,60x 2,00 m	Não	Não	Lona	Frente	Colorido	5
Folders	A4	Não	2	Couchê	Frente e Verso	Colorido	1.000
Cartazes	45x60 cm	Não	Não	Couchê	Frente	Colorido	300
Faixas	1,00x5,00 m	Não	Não	Lona	Frente	Colorido	5
Pastinhas	21x31,5 cm (sugestão)	Não	Não	Duplex	Frente	Colorido	300
Placas	-	-	-	-	-	-	50
Flyer	21x15 cm	Não	2	Couchê	Frente e	Colorido	1.000

Nome do solicitante: Secretaria Municipal da Sáude e Bem estar social

Área em que atua: Esta secretaria dividi-se em duas coordenadorias: Saúde e Assistência Social.Coordenadoria da saúde e bem-estar social: compete a promoção, proteção e recuperação da saúde dos indivíduos, suplementarmente às ações de Estado e da União, conforme Lei Orgânica Municipal, capítulo III, artigo 130;

Coordenadoria de Assistência Social: Assistência Social: tem como diretriz garantir a eficácia e eficiência das ações descentralizadas e participativas da Assistência Social no âmbito do município.

Público: A população do município em geral seus materiais geralmente serão com a finalidade de prestar um serviço ao cidadão.

Necessidades: Esta secretaria não informou suas necessidades, porém cabe à agência contratada sugerir ações, materiais etc.

PEÇAS

Aceita-se sugestão de ação de comunicação para a prefeitura de São Lourenço do Sul ou para suas secretarias/coordenadorias e vinculadas. As sugestões apresentadas não estão engessadas.

LIMITAÇÕES E OBRIGAÇÕES

A logomarca da Prefeitura deve compor as peças, como principal assinatura.

Site, telefones e emails para informações

http://www.saolourencodosul.rs.gov.br/

Rua Coronel Alfredo Born, 202 - Centro - CEP 96170-000

Telefone: (53) 3251.9500

Pode utilizar fotos ou ilustrações ou gráficos

FORMATO DE APRESENTAÇÃO A SER ENTREGUE

Digital e impresso

São Lourenço do Sul, 13 de novembro de 2013.

Joselaine de Quevedo
Coordenadora da Central de Compras e Licitações

ANEXO II
MINUTA DE CONTRATO

O MUNICÍPIO DE SÃO LOURENÇO DO SUL, Estado do Rio Grande do Sul, com sede na Rua Coronel Alfredo Born, nº 202, Centro, Pessoa Jurídica de Direito Público, inscrita no CNPJ sob nº 87.893.111/0001.52, representado neste ato pelo Prefeito Municipal, Sr. José Daniel Raupp Martins, portador do CPF nº 446.936.210/72., residente e domiciliado nesta cidade, a seguir denominado simplesmente de CONTRATANTE e, de outra parte a
empresa ....., inscrita no CNPJ sob nº ....., estabelecida a rua ....., nº ....., na cidade
de ..... doravante denominada CONTRATADA, representada neste ato pelo Sr. ....., portador do CPF
nº ....., resolvem celebrar o presente contrato, nos termos da Lei Federal nº 8.666/93 e alterações posteriores, e
de conformidade com o resultado da Licitação modalidade Concorrência Pública nº -----/2013, mediante as cláusulas e
condições seguintes:

I- DO OBJETO

CLÁUSULA PRIMEIRA: O presente instrumento tem por objeto a prestação dos serviços técnicos de publicidade institucional do Município de São Lourenço do Sul, nos termos do § 1º do art. 37 da Constituição da República e art. 2º da Lei n.º 12.232, de 29 de abril de 2010, definidos no Anexo I - *BRIEFING*, compreendendo as seguintes atividades:

- Elaboração de um Plano de Comunicação, que será avaliado e aprovado pela Assessoria de Comunicação Social do Município de São Lourenço do Sul e Subcomissão;

- Desenvolvimento de ações destinadas a fortalecer a imagem institucional do Município de São Lourenço do Sul, 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, e ou nacional ou internacional.

c) pesquisa e análise dos veículos de divulgação que melhor possam comunicar as campanhas e peças publicitárias, especialmente em relação a sua natureza, área de abrangência, audiência, eficiência e custos do serviço;

d) elaboração, criação, edição, produção e distribuição de publicações impressas, tais como panfletos, folders, *bus door, front light, mini-doors, outdoors* etc.

e) Comunicação interna;

II – DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

CLÁUSULA SEGUNDA: Para efeitos obrigacionais, tanto a Concorrência nº 14/2013, quanto a proposta nela adjudicada, integram o presente contrato, valendo seus termos e condições em tudo quanto com ele não conflitarem.
CLÁUSULA TERCEIRA: As despesas decorrentes do fornecimento do objeto do presente contrato, à conta da
seguinte dotação orçamentária:10352- Serviços técnicos Profissionais.

III – DAS OBRIGAÇÕES

CLAUSULA QUARTA: A CONTRATADA deverá empregar todo o empenho e dedicação necessários ao fiel e adequado cumprimento dos encargos que lhe forem confiados, obrigando-se ainda, além das previstas neste instrumento ou dele decorrentes, a:
4.1. Utilizar os profissionais indicado para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica da Concorrência que deu origem a este ajuste) na elaboração dos serviços objeto deste contrato, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pela CONTRATANTE.
4.2. Obter a aprovação prévia da CONTRATANTE, por escrito, para assumir despesa de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.
4.3. Produzir, após a respectiva aprovação do serviço pela CONTRATANTE, em formato digital, uma cópia de spots e jingles de rádio, um fotolito e duas provas de fotolito de peças para revistas ou jornais.
4.4. Assumir, com exclusividade, todos os impostos, taxas e encargos que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, encargos trabalhistas, e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimente do objeto pactuado.
CLÁUSULA QUINTA: A CONTRATANTE além das demais obrigações previstas neste instrumento ou dele decorrentes, deverá:
5.1. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA.
5.2. Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços.
5.3. Proporcionar condições para a boa execução dos serviços.
5.4. Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA, sobre irregularidades observadas no cumprimento deste contrato.
5.5. Acompanhar e fiscalizar a execução do contrato por meio de servidor designado na Cláusula Sétima, nos termos do art. 67, da Lei Federal nº 8.666/93 e alterações.
5.6. Solicitar, se julgar necessário, a apresentação dos documentos comprobatórios dos encargos sociais, em especial do INSS e FGTS, e outros.
CLÁUSULA SEXTA: Os funcionários da CONTRATADA serão diretamente subordinados a mesma, isentando este poder Executivo de todo e qualquer ônus, compromisso ou responsabilidade relacionada aos mesmos.

CLÁUSULA SÉTIMA: A CONTRATADA fica obrigada a prestar os serviços, objeto desta licitação, conforme orientação e necessidade do Prefeito Municipal. A fiscal do contrato será o servidor Municipal Diego W. Freitas.

IV – DO PAGAMENTO E DA VIGÊNCIA

CLÁUSULA OITAVA: O valor da verba orçamentária terá como investimento o valor de R$ _____ (_____) para cada período de 12 (doze) meses.
PARAGRAFO PRIMEIRO: O pagamento será efetuado mensalmente, após emissão da nota fiscal/fatura, aprovada pelo servidor responsável pela fiscalização do contrato e pelo Gabinete do Prefeito, até o 5º dia útil do mês subseqüente em que foram prestados os serviços, pagamento este condicionado à apresentação da nota fiscal/fatura e documentos de acordo com o previsto nos artigos 15 e 18 da Lei nº 12.232/2010. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada pelo valor constante na proposta vencedora.
a) Caso se constate erro ou irregularidade na documentação, a CONTRATANTE, a seu critério, reserva-se o direito de devolvê-la para fins de correções ou aceitá-la com glosa da parte que considerar indevida.
b) Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.
c) A CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.
d) Na nota fiscal deverá constar em destaque: o n º do contrato e do processo licitatório**.**
PARAGRAFO SEGUNDO: Para fins de comprovação dos serviços prestados, a contratada deverá apresentar,mensalmente, o documento fiscal correspondente às publicações e/ou veiculações efetivadas, previamente autorizadas pelo Prefeito Municipal, bem como os comprovantes de quitação dos serviços de terceiros tomados no mês anterior, de acordo com a proposta de preços apresentada nesta licitação, com estrita observância ao desconto preposto.
PARAGRAFO TERCEIRO: Ocorrendo atraso no pagamento, os valores serão corrigidos monetariamente pelo IGPM/
FGV do período, ou outro índice que vier a substituí-lo, e a Administração compensará a contratada com juros de
1% ao mês, *pro rata*.
PARAGRAFO QUARTO: Serão processadas as retenções fiscais e previdenciárias nos termos da lei que regula a matéria.
CLÁUSULA NONA: A CONTRATANTE poderá modificar unilateralmente o presente contrato, para melhor adequação às finalidades de interesse público conforme previsto no art. 65, da Lei Federal nº 8.666/93 e alterações,respeitados os direitos da CONTRATADA.
CLÁUSULA DÉCIMA: O prazo de vigência do contrato será de 12 meses, a contar de sua assinatura, podendo ser prorrogado, a critério da Administração e com a anuência da contratada, nos termos do art. 57, inciso II, da Lei Federal

n° 8.666/1993 e alterações.

V- DAS PENALIDADES E DA RESCISÃO

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA: A CONTRATADA ficará sujeita, além das penalidades e sanções previstas na
Lei Federal nº 8.666/93 e alterações posteriores, se motivo ensejar, as seguintes multas:
a) multa de 2 % (dois por cento) por dia de atraso, limitado esta a 10 (dez) dias, após o qual será considerado inexecução contratual.
b) multa de 10% (dez por cento) no caso de inexecução parcial do contrato, cumulada com a pena de suspensão do direito de licitar e o impedimento de contratar com a Administração pelo prazo de 01 (um ano).
c) multa de 15 % (quinze por cento) no caso de inexecução total do contrato, cumulada com a pena de suspensão do direito de licitar e o impedimento de contratar com a Administração pelo prazo de 02 (dois anos).
Observação: As multas serão calculadas sobre o montante não adimplido do contrato.
CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA: É assegurado ao CONTRATANTE o direito de optar pela dedução do valor da multa de qualquer pagamento que deva ser efetuado a CONTRATADA.
CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA: O não cumprimento parcial ou total do Contrato enseja a sua rescisão,independente de notificação ou interpelação judicial ou extrajudicial, nos casos previstos no artigo 78 da Lei Federal nº 8.666/93 e alterações posteriores.
CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA: A CONTRATADA obriga-se a manter, durante a execução do Contrato,compativelmente com as obrigações ora assumidas todas as condições de habilitação e qualificação comprovadas na
Licitação que lhe corresponde.
CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA: O presente a Concorrência nº 14/2013(Edital e seus anexos, que ficam fazendo parte deste Contrato).

CLAUSULA DÉCIMA SEXTA: Constituirão motivos para rescisão do contrato, independente da conclusão do seu prazo:

a) razões de interesse público

b) reiterada desobediência dos preceitos estabelecidos;

c) falta grave a Juízo do Município;

d) falência ou insolvência;

e) não entregar as mercadorias no prazo previsto;

f) inexecução total ou parcial do contrato;

g) alteração social ou modificação da finalidade ou estrutura da empresa, que venha a prejudicar a execução do contrato;

h) mudanças na legislação em vigor sobre licitações, impossibilitando a execução do presente contrato;

i) descumprimento de qualquer cláusula contratual;

j) ocorrência de caso fortuito ou de força maior, regularmente comprovada, impeditiva da execução do acordado entre as partes;

k) por acordo entre as partes, reduzido a termo, desde que haja conveniência para o Município.

Parágrafo Único**:** A inexecução total ou parcial do contrato ensejará a rescisão do instrumento com as conseqüências nele estabelecidas e as previstas nos artigos 77 a 80 da Lei Federal nº 8666/93.

VI – DISPOSIÇÕES FINAIS

CLÁUSULA SÉTIMA: O presente Contrato rege-se pelas normas constantes deste Contrato, da Lei Federal nº8.666/93 e suas alterações posteriores, bem como demais normas aplicáveis.
CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA: Fica eleito de comum acordo entre as partes, o Fôro da Comarca de São Lourenço do Sul/RS, para dirimir quaisquer litígios oriundos deste Contrato, com expressa renúncia a outro qualquer, por mais privilegiado que seja.

E, por estarem justas e acordadas, firmam as partes o presente Contrato de fornecimento, em 04 (quatro) vias de igual
teor e forma.

São Lourenço do Sul, ... de novembro de 2013.

_____ _____

CONTRATADA CONTRATANTE

ANEXO III

MODELO DE PROPOSTA COMERCIAL

Declaramos que na vigência do contrato, adotaremos o seguinte preço para os serviços descritos:

Quant.	Un.	Objeto	Valor mensal	Valor total
12	Mês	Constitui objeto da presente licitação a prestação dos serviços técnicos de publicidade institucional do Município de São Lourenço do Sul, nos termos do § 1º do art. 37 da Constituição da República e art. 2º da Lei n.º 12.232, de 29 de abril de 2010, definidos no Anexo I – ***BRIEFING***.		

a) percentual de desconto a ser concedido sobre os serviços a serem executados pela contratada: _____ %. (conforme alínea "b.1 item 5.1 do edital).

b) 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; _____% (conforme alínea b.2 item 5.1).

c) 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;_____% (conforme alínea b.3 item 5.1).

d) percentual de honorários a ser cobrado na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao cachê original a ser pago pela Administração Municipal a atores e modelos, pelos direitos de uso de imagem e som de voz;_____% (conforme alínea b.4, item 5.1).

e) percentual de honorários a ser cobrado na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela Administração Municipal aos detentores dos direitos patrimoniais de uso dessas obras._____% (conforme alínea b.5, item 5.1).

Validade da Proposta: 90 (noventa) dias

Prazo de Entrega: conforme edital

Garantia de 12 meses pelos serviços prestados.

Telefone..... e-mail .....

Forma de Pagamento: Conforme Edital

Declaro que conheço e cumprirei as condições do Edital – .....

ANEXO IV

MODELO DE DECLARAÇÃO DE NÃO UTILIZAÇÃO DO TRABALHO DO MENOR

Declaramos para fins de participação na .....(preencher com o tipo de licitação) nº ...../..... (preencher o nº da licitação) que a empresa....., CNPJ nº ....., cumpre o disposto no inciso XXXIII do artigo 7º da Constituição Federal, ou seja, não tem em seus quadros menores de 18 (dezoito) anos executando trabalho noturno, insalubre ou perigoso ou menores de 16 (dezesseis) anos, executando qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos.

A empresa está ciente de que o descumprimento do disposto acima durante a vigência do contrato acarretará em rescisão deste, conforme determina à Lei nº 9.854/99 e o inciso V do artigo 13 do Decreto nº 3.555/2000.

....., ...de..... de .....

.....

ANEXO V

DECLARAÇÃO DE IDONEIDADE

(Razão Social da licitante e CNPJ)....., através de seu Diretor ou Responsável Legal, declara, sob as penas da lei, que não foi considerada INIDÔNEA para licitar ou contratar com a Administração Pública.

Por ser expressão de verdade, firmamos a presente.

São Lourenço do Sul/RS,_____ de _____ de 2013.

_____

Nome completo e assinatura do(s) representante(s) legal(is) da empresa

ANEXO VI
CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

Quesito/Sub-quesito	Atributos a considerar no julgamento	% sobre a pontuação total
Plano de Comunicação Publicitária		
Sub-quesitos		
Raciocínio básico - apresentação pela licitante da acuidade de compreensão: de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do anunciante, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o(s) desafio(s) ou o(s)	a) das funções e do papel do anunciante nos contextos social, político e econômico; problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s). b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do anunciante com seus públicos; c) das características do anunciante e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação; e) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pelo anunciante; f) das necessidades de comunicação do anunciante para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s).	Mínimo 5%

Quesito/Sub-quesito	Atributos a considerar no julgamento	% sobre a pontuação total
Estratégia de comunicação publicitária - apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo anunciante, compreendendo: a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária; b) explicitação e defesa dos principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.	a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do anunciante e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação; b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos; c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do anunciante com seus públicos; d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação do anunciante; e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta; f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o anunciante, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ele desejadas e a verba disponível.	Mínimo 20%

Quesito/Sub-quesito	Atributos a considerar no julgamento	% sobre a pontuação total
Ideia criativa - apresentação pela licitante de campanha publicitária com exemplos de peças e ou material que corporifiquem objetivamente sua proposta de solução do(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.	a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação do anunciante; b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante; c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo; d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta; e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem; f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta; g) sua pertinência às atividades do anunciante e à sua inserção nos contextos social, político e econômico; h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados; i) a exequibilidade das peças e ou do material; j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.	Mínimo 20%

Quesito/Sub-quesito	Atributos a considerar no julgamento	% sobre a pontuação total
Estratégia de mídia e não mídia – constituída: a) apresentação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas, em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório; b) simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará as peças e ou material destinados a veiculação, exposição ou distribuição e suas respectivas inserções, quantidades e custos nominais de produção e de veiculação, exposição ou distribuição.	a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários; b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos; c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores; d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do anunciante (se indicados no briefing); e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material; f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	Mínimo 10%
Quesito/Sub-quesito	**Atributos a considerar no julgamento**	**% sobre a pontuação total**
Capacidade de Atendimento		

Quesito/Sub-quesito	Atributos a considerar no julgamento	% sobre a pontuação total
Apresentação, pela licitante, de informações compreendendo: a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles; b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento; c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato; d) a sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia; e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do anunciante, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.	a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado; b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias; c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do anunciante; d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato; e) a operacionalidade do relacionamento entre o anunciante e a licitante, esquematizado na proposta; f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do anunciante, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.	Máximo 20%

Quesito/Sub-quesito	Atributos a considerar no julgamento	% sobre a pontuação total
Repertório		
Apresentação pela licitante de trabalhos por ela, concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos, sob a forma de peça e ou material e respectivas fichas técnicas, nas quais se incluirá a indicação sucinta do problema que a peça e ou material se propôs a resolver, identificação do cliente e da licitante, título, data de produção, período de veiculação, exposição ou distribuição e, no caso de veiculação menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.	a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema a ser resolvido; b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material; c) a clareza da exposição das informações prestadas;	Máximo 10%
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação Apresentação, pela licitante, de soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.	a) a evidência de planejamento publicitário; b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; c) a relevância dos resultados apresentados; d) a concatenação lógica da exposição.	Máximo 10%