

Processo nº 28.524/2019

E D I T A L DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA 014/2019 – 2ª Edição

O MUNICÍPIO DO RIO GRANDE através do GABINETE DE COMPRAS, LICITAÇÕES E CONTRATOS, torna público, a quem possa interessar que realizará licitação na modalidade **Concorrência**, no tipo **Técnica e Preço**, sob a forma de execução indireta, em regime de empreitada por preço global, objetivando a contratação de Agência de Propaganda para a prestação dos serviços de publicidade e propaganda para a Prefeitura Municipal do Município do Rio Grande, em obediência ao que preceitua a Lei Federal nº 8.666/93 e modificações posteriores, Lei Complementar 123/2006, Lei nº 12.232/2010, Lei nº 4.680/1965 e demais normas que regem a matéria, de acordo com as disposições e demais elementos integrantes deste Edital, devendo os interessados apresentar os envelopes 01, 02, 03, e 04 **até às 14:00** horas do dia **22 de outubro de 2019** no Gabinete de Compras, Licitações e Contratos - GABEX, situado à Rua General Bacelar nº 264, 2º Andar - Centro, oportunidade em que se realizará a sessão de abertura do procedimento licitatório. O processamento e o julgamento da Licitação serão conduzidos pela Comissão Geral de Licitações – CGL designada pela Lei 7.376/2013 que receberá os documentos e as propostas, com exceção do julgamento das propostas técnicas que será realizado por subcomissão técnica, constituída nos termos do art. 10 da Lei nº 12.232/2010.

I. OBJETO

1.1. A presente licitação tem por objeto a contratação de agência de publicidade e propaganda. Empresa especializada na prestação de serviços técnicos de projeto de divulgação de atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos e instituições da administração municipal do Município de Rio Grande, compreendendo o estudo o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão de execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, bem como:

a) O planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas publicitárias.

Doe órgãos, doe sangue: Salve vidas!

b) À criação, produção. Impressão e montagem de painéis, faixas, cartazes, banners, storyboards, folders, outdoors, informativos (impressos e online), anúncios para jornais e revistas, manuais, livretos, panfletos, revistas, cartilhas, convites, cartas, ilustrações, cartões de visita, envelopes, produção de textos diversos e templates, gravação de áudio e veiculação de propaganda volante, criação, produção e veiculação de dingos, spots e programetes para rádio: VTs e programetes para TV aberta: produção de vídeos: criação de campanhas institucionais: identidade visual: produção de conteúdo para canais em mídias sociais: entre outros, para atender ao município do Rio Grande conforme descrição no Termo de Referência (Anexo I).

c) A criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, com o objetivo de expandir os efeitos das mensagens e ações publicitárias, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização eventos festivos de qualquer natureza

II. DA PARTICIPAÇÃO

2.1. Poderão participar da licitação empresas com experiência e atuação na área pertinente ao objeto deste Processo Licitatório, que atenderem às exigências deste Edital e seus anexos.

2.2. Não poderão participar da presente licitação os interessados que, no âmbito do Município do Rio Grande (RS), estejam temporariamente suspensos de participar em licitação e impedidos de contratar com a Administração, seja em face do disposto no Inciso III do Art. 87 da Lei 8.666/93 ou em face do disposto no Art. 7º da Lei 10.520/02.

2.3. Não poderão participar da presente licitação os interessados que, no âmbito de qualquer ente federativo, estejam declarados como inidôneos para licitar ou contratar com a Administração Pública, seja em face do disposto no Inciso IV do Art. 87 da Lei 8.666/93 ou em face do disposto no Art. 7º da Lei 10.520/02.

2.4. Não poderão participar da presente licitação os interessados enquadrados nas hipóteses do Art. 9º da lei 8.666/93.

2.5. Não será permitido a participação de empresas reunidas sob a forma de consórcio.

III. DO CREDENCIAMENTO

3.1. Para fins de credenciamento dos representantes às sessões licitatórias, deverá ser apresentado à Comissão Geral de Licitações, em original ou cópia autenticada, fora dos envelopes: (a) procuração pela qual o licitante habilita seu representante com plenos poderes de decisão, inclusive para renunciar ao direito de interposição de recursos; (b) ou documento legal que comprove ser o participante sócio da licitante, com poderes para representá-la. O sócio do licitante deverá comprovar que tem legitimidade para representá-lo.

3.4. O documento de credenciamento do representante deverá ser exibido acompanhado de cédula de identidade ou documento equivalente, à parte dos envelopes que contêm a documentação e as propostas quando da abertura da sessão.

3.5. Não será permitido o credenciamento de um mesmo representante para mais de uma licitante.

3.6. Somente o representante devidamente credenciado poderá manifestar-se e assinar atas, recorrer e renunciar ao direito de interpor recurso.

3.7. A não apresentação ou incorreção dos documentos de que tratam os subitens anteriores não implicará na inabilitação da licitante, mas impedirá o credenciado de se manifestar e responder pela mesma.

3.8. Os documentos de credenciamento serão retidos pela CGL e juntados ao processo administrativo.

IV. DA HABILITAÇÃO

4.1. Os envelopes contendo os DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO deverão ser entregues somente pelas licitantes classificadas no julgamento final das PROPOSTAS TÉCNICAS, em data oportuna a ser divulgada pela CGL no decorrer do Processo Licitatório e poderão ser apresentados em original, em cópia autenticada por cartório ou em cópia simples, desde que acompanhada do respectivo original para conferência pelos membros da CGL.

4.2. Os documentos abaixo discriminados deverão ser entregues numerados em envelope fechado, contendo em seu lado externo e frontal os dizeres:

À PREFEITURA MUNICIPAL DO RIO GRANDE
CONCORRÊNCIA Nº 014/2019 - 2ª Edição -
CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA
LICITANTE: _____
CNPJ: _____
ENVELOPE Nº 05 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

4.3. Para fins de habilitação serão exigidos das licitantes os seguintes documentos:

4.3.1. Declaração de cumprimento dos requisitos da habilitação de acordo com o modelo constante do Anexo III.

4.3.2. Declaração expressa de inexistência de fato impeditivo de habilitação e declaração de cumprimento do disposto no inciso XXXIII, do art. 7º da Constituição Federal de 1988 e Lei nº 9.854/99 (trabalho de menor), assinada pelo representante legal, de acordo com o modelo do Anexo IV.

4.3.3. Relativos à Habilitação Jurídica:

a) Registro Comercial no caso de empresa individual

b) Ato Constitutivo (estatuto ou contrato social em vigor) incluindo apenas o último aditivo ou aditivo consolidado, devidamente registrado, e no caso de sociedades por ações, acompanhado de documento de eleição de seus administradores.

c) Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no país, e ato ou autorização para funcionamento expedido por órgão competente, quando a atividade assim o exigir:

d) Inscrição do ato constitutivo acompanhada de prova de registro em ata de eleição da diretoria em exercício (Registro Civil de Pessoas Jurídicas).

4.3.4. Relativos à Regularidade Fiscal e Trabalhista:

a) Prova de regularidade para com a Fazenda Municipal do domicílio ou sede do licitante, considerando-se que:

- os licitantes com domicílio ou sede no Município do Rio Grande deverão apresentar Certidão Negativa de Débitos Fiscais expedida pela Secretaria de Municipal da Fazenda do Rio Grande;

- os licitantes com domicílio ou sede localizado em outro Município deverão apresentar a prova de regularidade com a Fazenda Municipal do seu domicílio ou sede.

b) Prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), através da apresentação do CRF - Certificado de Regularidade do FGTS, expedido pela Caixa Econômica Federal ou Certidão Positiva com efeito de Negativa, se for o caso.

c) Prova de regularidade para com a Fazenda Estadual do domicílio ou sede do licitante.

d) Certidão Conjunta de Débitos (Negativa ou Positiva com Efeitos de Negativa), expedida nos termos do Decreto Federal n.º 5.512/05 e da Portaria Conjunta PGFN/RFB n.º 1751, de 02/10/2014 que entrou em vigência em 03 de novembro de 2014 e abrange todos os créditos tributários federais administrados pela RFB e PGFN.

f) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica do Ministério da Fazenda - CNPJ;

g) Apresentação da Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT ou da Certidão Positiva de Débitos Trabalhistas com efeito de negativa, com validade de 180 (cento e oitenta) dias contados da sua emissão.

4.3.5. Qualificação Econômico Financeira

4.3.5.1. Certidão Negativa de Falência ou Concordata expedida pelo distribuidor da Justiça do domicílio da sede do licitante em data não anterior a 90 (noventa) dias da data da entrega dos envelopes de documentação e proposta.

4.3.5.2. Balanço Patrimonial e demonstrações contábeis do último o exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, com a indicação do nº 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 fórmula, assinados por contador responsável com respectivo número de registro no conselho.

4.3.5.2.1. Poderá ser apresentado em substituição ao exigido no Item 4.3.5.2. escrituração contábil digital – SPED conforme Decreto 8.683/25/02/2016, e deverá obrigatoriamente conter o que segue:

- a) Termo de Autenticação com 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 de Resultado do Exercício (impresso do arquivo SPED Contábil)
- e) Notas explicativas

4.3.5.2.2. Para Sociedade Limitada poderá ser apresentada cópia autenticada da publicação em diário oficial das demonstrações contábeis (letras “c”, “d” e “e”) em substituição ao SPED Contábil (letras “a”, “b”, “c”, “d” e “e”).

4.3.6. A boa situação financeira da empresa será avaliada pelos índices de liquidez ou pelo Patrimônio Líquido, conforme os seguintes critérios:

Os índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC) devem ser maiores que 1,00, e resultantes da aplicação das seguintes fórmulas:

$$LG = \frac{\text{ATIVO CIRCULANTE} + \text{REALIZÁVEL A LONGO PRAZO}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE} + \text{EXIGÍVEL A LONGO PRAZO}}$$

$$SG = \frac{\text{ATIVO TOTAL}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE} + \text{EXIGÍVEL A LONGO PRAZO}}$$

$$LC = \frac{\text{ATIVO CIRCULANTE}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE}}$$

4.3.6.1. Os índices devem ser calculados e assinados por contador responsável com respectivo número de registro no conselho.

4.3.7. Qualificação Técnica

a) Apresentação de um ou mais Atestados de Capacidade Técnica, expedidos por órgãos públicos ou empresas privadas, que comprovem a aptidão da licitante para execução de serviços compatíveis em características com o objeto do presente Processo Licitatório.

b) Certificado de Qualificação Técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo de Normas padrão – CENP, em plena validade.

4.4. Os documentos de que trata o Item 4.3., quando obtidos via internet somente terão validade após, se necessário, serem conferidos eletronicamente pela CGL no ato da abertura dos documentos de habilitação, prevalecendo quando divergentes em relação a data, aqueles constantes da conferência eletrônica, ficando assim dispensados de autenticação.

4.4.1. A CGL não se responsabiliza por eventuais problemas de acesso a internet que impossibilitem a conferência eletrônica do documento.

4.5. Os documentos que não possuírem prazo de validade, somente serão aceitos com data não excedente a 90 (noventa) dias anteriores à data prevista para apresentação da documentação exceto atestados de capacidade técnica

4.6. DA HABILITAÇÃO CONDICIONADA

a) Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal de microempresa ou empresa de pequeno porte declarada como vencedora do presente certame e beneficiada pela Lei Complementar 123/2006, a habilitação ficará condicionada a regularização posterior.

b) Declarada vencedora do certame, microempresa ou empresa de pequeno porte terá o prazo de 5 (cinco) dias úteis, podendo ser prorrogado por igual período, para

a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa.

c) A dilação do prazo por mais cinco dias úteis fica condicionada à solicitação da licitante por escrito e mediante justificativa aceita pela Administração.

d) O benefício de que trata a alínea “a” do item 4.6 não eximirá a microempresa ou a empresa de pequeno porte, da apresentação de todos os documentos, ainda que apresentem alguma restrição.

e) Por restrição entendem-se como a existência de débitos com a Fazenda Pública a ser comprovada mediante a apresentação de uma certidão positiva de débitos.

f) A apresentação de certidão com prazo de validade vencido é documento que não produz efeitos e levará à inabilitação da licitante.

4.7 A não regularização da documentação, no prazo fixado nas alíneas “a” e “b”, implicará na inabilitação do licitante.

V. APRESENTAÇÃO E RECEBIMENTO DOS DOCUMENTOS DA PROPOSTA TÉCNICA, DA PROPOSTA DE PREÇOS E DA HABILITAÇÃO.

5.1. Os interessados em participar da presente Concorrência deverão apresentar, com exceção do Envelope 05 - HABILITAÇÃO, à CGL no dia, hora e local definidos no preâmbulo deste Edital, envelopes distintos, fechados e indevassáveis.

5.1.1. O Envelope nº 05 – HABILITAÇÃO será apresentado apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas.

5.2. Todos os envelopes deverão ser apresentados conforme informações ilustradas abaixo, **com exceção do envelope nº 01- PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – Via não Identificada** que será fornecido pela Prefeitura Municipal do Rio Grande – GCLC e distribuído com as informações devidamente impressas, uma vez que não deve conter informações que identifiquem o licitante.

**À PREFEITURA MUNICIPAL DO RIO GRANDE
CONCORRÊNCIA Nº 014/2019 - 2ª Edição – CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA
ENVELOPE Nº 01 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA**

Obs: Envelope fornecido pela Prefeitura Municipal do Rio Grande - GCLC

**À PREFEITURA MUNICIPAL DO RIO GRANDE
CONCORRÊNCIA Nº 014/2019 - 2ª Edição – CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA**

LICITANTE: _____

CNPJ: _____

ENVELOPE Nº 02 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA

**À PREFEITURA MUNICIPAL DO RIO GRANDE
CONCORRÊNCIA Nº 014/2019 - 2ª Edição – CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA**

LICITANTE: _____

CNPJ: _____

ENVELOPE Nº 03 – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE

**À PREFEITURA MUNICIPAL DO RIO GRANDE
CONCORRÊNCIA Nº 014/2019 - 2ª Edição – CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA**

LICITANTE: _____

CNPJ: _____

ENVELOPE Nº 04 – PROPOSTA DE PREÇOS

**À PREFEITURA MUNICIPAL DO RIO GRANDE
CONCORRÊNCIA Nº 014/2019 - 2ª Edição – CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA**

LICITANTE: _____

CNPJ: _____

ENVELOPE Nº 05 – HABILITAÇÃO

VI. DA PROPOSTA TÉCNICA.

6.1. A proposta técnica abrange um Plano de Comunicação e um Conjunto de Informações referentes ao proponente que demonstram a sua capacidade de Atendimento e Repertório.

6.2. As Propostas Técnicas deverão ser apresentadas em 03 (três) envelopes distintos, sendo 02 (dois) envelopes para a apresentação do Plano de Comunicação Simulado e 01 (um) envelope para o Conjunto de Informações referentes ao proponente.

6.2.1. O Plano de Comunicação Simulado será apresentado em 02 (duas) vias, uma sem qualquer tipo de identificação do proponente e a outra com a devida identificação de autoria.

6.2.1.1. O envelope com a via não identificada do Plano de Comunicação será padronizado, sem nenhuma identificação da proponente e será fornecido previamente pela Prefeitura Municipal do Rio Grande – GCLC. Para a retirada do envelope a licitante interessada deverá comparecer no GCLC no endereço constante no preâmbulo deste Edital.

6.2.1.2 - O plano de comunicação publicitária – via não identificada – deverá ser redigido em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, e ser elaborado da seguinte forma:

a) em papel A4, branco;

Doe órgãos, doe sangue: Salve vidas!

- b) com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- c) sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- d) com textos justificados;
- e) com espaçamento “simples” entre as linhas;
- f) com texto em fonte “arial”, tamanho 12 pontos;
- g) com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- h) em caderno único;
- i) sem identificação da licitante.

6.2.1.3. Qualquer peça de mídia eletrônica deverá ser gravada em CD ou DVD, armazenado em estojo de tampa acrílica e fundo preto, espessura de 0,5 a 01 cm, com capa em papel branco tamanho 12 x12 cm, sem textura, gramatura livre, que especifique em texto o tipo de peça (fonte Arial, cor preto, corpo 10)

6.2.1.4. O mesmo texto deverá ser impresso em etiqueta branca, redonda, com orifício central, afixada sobre o CD/DVD

6.2.1.5. É vedada a aposição no envelope padronizado ou nos documentos nele contidos qualquer informação, marca, sinal ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante ou da autoria da via não identificada do Plano de Comunicação, em qualquer momento anterior à abertura dos envelopes com avia identificada. Qualquer forma de identificação da licitante ou autoria implicará na desclassificação desta no certame.

6.2.2. O envelope com via identificada do Plano de Comunicação deverá seguir o modelo constante no Item 5.2., e deverá ter o mesmo teor e formatação do envelope não identificado, porém sem os exemplos de peças de idéia criativa constantes do Item 6.3.2 “c”

6.3. Faz parte do Plano de Comunicação da licitante a apresentação de uma campanha publicitária institucional simulada de acordo com o Briefing (item 7 do Termo de Referência), com verba compatível e duração de 20 (vinte) dias , incluindo todos os fatores componentes das despesas, desde custos de produção, serviços de terceiros, veiculação, tributos etc..

6.3.1. A elaboração do Plano de Comunicação com base na simulação da Campanha Publicitária Institucional deverá observar os seguintes pontos:

- a) as peças a serem considerados na simulação de mídia devem seguir o que ficou estipulado no Briefing (item 7 do Termo de Referência).
- b) para fins de cálculo da distribuição da verba para a produção e veiculação da campanha simulada, a licitante utilizará como **referencial máximo o montante de R\$ 400.000,00 (Quatrocentos mil reais);**
- c) na campanha simulada, as licitantes deverão utilizar-se dos valores da Tabela Referencial de Preços do sindicato das Agências de Propaganda do estado do Rio Grande do Sul (SINAPRO), e os preços de tabela dos veículos de comunicação;

d) com relação à campanha publicitária simulada vencedora, fica a critério da CONTRATANTE decidir pela sua produção e veiculação, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato;

e) serão desclassificadas as licitantes que apresentarem propostas com montante superior ao valor mencionado na alínea "b" do item 6.3.1 ou que consignarem preços inexeqüíveis.

6.3.2. O Plano de Comunicação a que se propõe a campanha institucional simulada deve ser elaborado com base nas informações contidas no Briefing (item 7 do Termo de Referência), devendo englobar os seguintes quesitos:

a) Raciocínio Básico – apresentado em texto de no máximo 2 (duas) laudas (20 a 25 linhas por lauda, onde a licitante deverá demonstrar o entendimento sobre as informações contidas no Briefing, apresentando um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal do Rio grande e os desafios de comunicação a serem enfrentados, aliados ao problema de comunicação a ser solucionado;

b) Estratégia de comunicação publicitária – texto no qual será definido o conceito, que de acordo com o raciocínio básico deverá fundamentar e defender as linhas gerais da proposta de solução do problema de comunicação apresentado no briefing formulando a defesa dessa opção. Tamanho máximo 2 (duas) laudas (20 a 25 linhas por lauda.

c) Idéia criativa – consiste na síntese da estratégica de comunicação publicitária expressa sob a forma de exemplos de peças publicitárias e de redução da mensagem que corresponderão á resposta criativa da proponente ao problema de comunicação. Para tanto a licitante deverá apresentar campanha publicitária simulada com exemplo de peças publicitárias que qualifiquem e quantifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação, sendo sucinto e objetivo, como citado acima. Deverão ser criadas pelo menos 05 (cinco) peças das que constam no Briefing (item 7 do Termo de Referência).

d) Estratégia de mídia – exposta na forma de texto, tendo como parâmetro a estratégia de comunicação publicitária, a ideia criativa e a verba estimada para campanha, deverá conter no máximo 2 (duas) laudas (20 a 25 linhas por lauda, , apresentando a justificativa para a estratégia e a tática recomendada, o conhecimento e a análise do público prioritário da campanha, revendo seus hábitos de comunicação; a simulação de planos de distribuição de peças, buscando justificar as opções escolhidas sendo meramente exemplificativa. Serão aceitos como anexos da estratégia de mídia tabelas, gráficos e planilhas que identifiquem o resumo do plano de mídia por meio e por tempo, demonstrando as peças a serem veiculadas e suas respectivas quantidades, inserções, custos nominais de produção e veiculação. É necessária a anexação de tabelas de preços de veículos, porém as mesmas não serão objeto da análise por eventuais discrepâncias de valores entre as proponentes

6.4. O Conjunto de Informações referentes ao proponente que compõe a Proposta Técnica deverá ser entregue em 01 (um) envelope contendo em seu lado externo e frontal os dizeres conforme item 5.2.

6.4.1. É proibido constar no Envelope 3 reservado ao Conjunto de Informações do Proponente, assim como dos documentos nele contido, qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que se refira à proposta Técnica Envelope 1 – via não identificada – Plano de Comunicação publicitária no que se refere à idéia criativa e que desta maneira identifique a autoria da mesma, sendo passível de desclassificação

6.4.2. O Conjunto de Informações referentes ao proponente que compõe a Proposta Técnica deverá demonstrar os seguintes quesitos:

6.4.3. A capacidade de atendimento que deverá ser comprovada por meio de:

a) Quantificação e qualificação dos profissionais técnicos e administrativos do licitante que serão colocados à disposição do CONTRATANTE, nas áreas de planejamento, criação, produção, mídia e atendimento, sendo obrigatório a apresentação de currículos sucintos (máximo 05 linhas por profissional);

b) Relação dos principais clientes atendidos pela licitante, com o respectivo período de atendimento dos mesmos;

c) Os prazos necessários para a criação de campanhas e elaboração de planos de mídia;

d) Descrição das instalações, infraestrutura e recursos materiais disponíveis para execução do contrato;

6.4.4. Os itens “c” e “d” deverão ser expressos em no máximo 2 (duas) laudas, 20 a 25 linhas por lauda, tamanho de letra 12 para cada item.

6.5. O Repertório deverá ser comprovado por meio de :

a) A apresentação do conjunto de trabalhos anteriores da licitante, efetivamente veiculados, sob a forma de peças publicitárias, que atendam os seguintes quesitos;

- Os trabalhos apresentados deverão vir acompanhados de ficha técnica individual, com identificação da licitante, informando título, data ou período de comunicação e, pelo menos um veículo que o divulgou. Serão aceitos no mínimo
- um filme de anúncio para TV (DVD)
- um SPOT de rádio (CD)
- um anúncio de jornal
- um anúncio de revista
- uma peça de internet
- uma peça de mídia externa

6.6. Não serão aceitas propostas técnicas com vantagens ou ofertas que não sejam previstas neste Edital, nem o oferecimento de vantagens sobre a proposta mais baixa.

6.7. Só será aceita uma proposta técnica por licitante, não podendo a empresa ofertar opções.

6.8. O prazo de validade da proposta técnica deverá ser de mínimo 60 (sessenta) dias, contados da data da entrega da proposta.

6.9. As propostas que omitirem o prazo de validade conforme previsto no item 6.8., serão entendidas como válidas pelo período de 60 (sessenta) dias corridos.

VII DA PROPOSTA DE PREÇO

7.1. A proposta de preço deverá ser entregue em envelope fechado, contendo em seu lado externo e frontal os dizeres conforme item 5.2.

7.2. Da forma de apresentação

a) A proposta deverá atender aos termos deste edital e ser apresentada impressa em língua portuguesa sem emendas, rasuras ou entrelinhas, em uma via, com suas folhas numeradas e rubricadas e a última assinada pelo representante legal ou procurador, de acordo com o Anexo II (Modelo de Carta Proposta) devendo:

b) Conter a razão social, o número do CNPJ, endereço e telefone para contato, bem como a data e o nome legível do seu representante legal/procurador que assina a proposta.

c) Conter a descrição do objeto da licitação e os valores em algarismos e por extenso compreendendo:

c1) Percentual de desconto que será oferecido relativo aos custos internos da agência, baseado na Tabela de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Sul – SINAPRO – RS.

c2) Percentual de desconto sobre os honorários a serem cobrados do Contratante, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros.

c3) excluem-se custos referentes à produção de peças e matérias cuja confecção ou distribuição proporcione à licitante o desconto de remuneração de agência concedido pelos veículos de comunicação, conforme Normas Padrão da Atividade publicitária do CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão.

c4) Conter declaração de que na sua proposta, os valores apresentados englobam todos os custos operacionais da atividade, incluindo, além do lucro, fretes, seguros, tributos incidentes, bem como quaisquer outras despesas, diretas e indiretas, inclusive, porventura, com serviços de terceiros, incidentes e necessários ao

cumprimento integral do objeto deste Edital e seus Anexos, sem que caiba ao proponente direito de reivindicar custos adicionais.

d) Não serão aceitas propostas com vantagens ou ofertas que não sejam previstas neste Edital, nem o oferecimento de vantagens sobre a proposta mais baixa.

e) Só será aceita uma proposta de preço por licitante, não podendo a empresa ofertar opções.

f) O prazo de validade da proposta técnica deverá ser de mínimo 60 (sessenta) dias, contados da data da entrega da proposta.

g) As propostas que omitirem o prazo de validade conforme previsto na alínea "f", serão entendidas como válidas pelo período de 60 (sessenta) dias corridos.

h) No caso de divergência entre valores expressos em algarismos e por extenso prevalecerá o valor por extenso.

VIII. DO PROCEDIMENTO DA LICITAÇÃO

8.1. O processamento e julgamento da licitação serão efetuados pela Comissão Geral de Licitações, com o auxílio de uma Subcomissão Técnica que será responsável pela análise e julgamento das Propostas Técnicas apresentadas conforme item VI deste Edital, comissão esta formada por 03 (três) integrantes selecionados na forma da Lei nº 12.232/2010.

8.2. Serão lavradas atas circunstanciadas, registrando todos os atos praticados no decorrer do processo licitatório.

8.3. Nenhum integrante da Subcomissão Técnica poderá participar da sessão pública de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preço.

8.4. O Gabinete de Compras, Licitações e Contratos não se responsabilizará por envelopes endereçados via postal ou por outra forma, entregues em local diverso do especificado, e que, por isso, não cheguem até a data e horário previstos no preâmbulo deste instrumento convocatório.

8.5. A licitação será processada e julgada com os Seguintes Procedimentos:

8.5.1– **Realização da Sessão Pública** pela CGL, no horário e data constantes no preâmbulo deste Edital, com a presença facultativa das proponentes interessadas no Gabinete de Compras, licitações e Contratos situado à Rua General Bacelar nº 264, 2º Andar - Centro, Rio Grande, RS, para recebimento dos envelopes, abertura dos invólucros nº 01 – Via não Identificada do Plano de Comunicação, e nº 03 – Conjunto de Informações referente à Licitante, e análise quanto ao atendimento das exigências deste Edital.

A Sessão pública obedecerá aos seguintes procedimentos:

a) se houver a desclassificação de alguma Proposta Técnica neste primeiro momento de análise preliminar por desatendimento a disposições do Edital, ainda assim será atribuída pontuação aos seus quesitos técnicos pela Subcomissão Técnica, a serem lançados em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho por todos os membros da Comissão Técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, observado o disposto no item 1.b seguinte.

b) se houver desclassificação de alguma Proposta Técnica neste primeiro momento de análise preliminar por descumprimento de quesito na identificação do proponente antes da abertura dos envelopes com a via identificada do Plano de Comunicação, a mesma será eliminada sumariamente do certame, sem atribuição de pontuação em qualquer quesito.

c) Após a abertura e conferência dos documentos, os trabalhos serão suspensos a fim de que a Subcomissão Técnica possa proceder à análise e julgamento das propostas técnicas.

d) os envelopes nº 02 – Plano de Comunicação – Via Identificada, permanecerão em poder da CGL, não sendo abertos ou violados até o disposto na Realização de Sessão Pública prevista no item III a seguir.

e) nenhum integrante da Subcomissão Técnica poderá participar da sessão pública de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preço.

8.5.2 - Encaminhamento dos invólucros de proposta Técnica nº 01 e 03, já abertos, a Subcomissão Técnica de que trata o item 8.1 deste Edital, para análise e julgamento de acordo com os critérios de pontuação descritos abaixo:

a) Avaliação qualitativa da Agência será feita através dos critérios abaixo estipulados, num máximo de 70 (setenta) pontos, conforme segue:

PLANO DE COMUNICAÇÃO – MÁXIMO 55 PONTOS		
Tópico	Critério de avaliação	Pontuação máxima
Raciocínio básico	a) Características do CONTRATANTE significativas para a comunicação publicitária. b) Natureza, extensão e qualidade das relações do CONTRATANTE com o seu público. c) Papel do CPNTRATANTE na área social, política e econômica.	10 pontos (3,333 pontos por quesito)
Estratégia de Comunicação publicitária	a) A adequação do partido temático e do conceito proposto ao problema específico de comunicação e aos objetivos de comunicação; b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto; c) A adequação da estratégia de comunicação proposta	15 pontos (03 pontos por quesito)

	para a solução do problema específico de comunicação e o atendimento dos objetivos de comunicação; d) A capacidade de identificar opções de abordagem de comunicação e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis ou cogitadas; e) A capacidade de articular os conhecimentos sobre o problema específico de comunicação, os objetivos de comunicação, os públicos e a verba disponível.	
Ideia criativa	a) Adequação ao problema específico de comunicação e aos objetivos de comunicação b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta; c) A cobertura dos seguimentos de público ensejada por essas interpretações d) A simplicidade e objetividade da forma sob a qual se apresenta; e) Sua pertinência as atividades da Prefeitura Municipal do Rio Grande. A exeqüibilidade das peças. f) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos	20 pontos (3,333 pontos por quesito)
Estratégia de mídia	a) Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos prioritários; b) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças; c) Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação	10 pontos (3,333 pontos por quesito)

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO – MÁXIMO 05 PONTOS		
Tópico	Critério de avaliação	Pontuação máxima
Capacidade de atendimento	a) O tempo de experiência profissional em atividades publicitárias; b) Adequação das qualificações dos profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal do Rio Grande, considerada nesse caso, também a quantificação dos quadros; c) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que colocará à disposição da execução do contrato, em caráter prioritário; d) A operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura Municipal do Rio Grande e a licitante, esquematizado nos prazos para atendimento	05 pontos (1,25 pontos por quesito)

REPERTÓRIO – MÁXIMO 10 PONTOS

Doe órgãos, doe sangue: Salve vidas!

Tópico	Critério de avaliação	Pontuação máxima
Conjunto de trabalhos anteriores da licitante	a) A idéia criativa e sua pertinência; b) A clareza e objetividade da exposição; c) a qualidade da execução e do acabamento	10 pontos (3,333 pontos por quesito)

PONTUAÇÃO TOTAL – 70 PONTOS

b) A nota do quesito corresponderá à média aritmética das notas de cada membro da Subcomissão Técnica.

c) A nota final da proposta técnica de cada licitante corresponderá à soma das notas dos quesitos.

d) No caso de empate entre as proponentes, será obedecido como critério de desempate o disposto no § 2º, do artigo 3º, da Lei Federal nº. 8.666/93 e suas alterações.

e) Persistindo o empate, a classificação se fará por sorteio, em ato público para o qual serão convocadas as proponentes.

f) O referido sorteio realizar-se-á independentemente do comparecimento dos proponentes, circunstância essa que será registrada em Ata.

g) À Subcomissão Técnica é facultado, em casos especiais, propor, mediante parecer fundamentado, a desclassificação de uma ou mais propostas técnicas.

8.5.2.1- A Subcomissão Técnica fará a análise individualizada e julgamento dos documentos que compõe o envelope nº 01 - Plano de Comunicação Publicitária – Via não Identificada e desclassificando as que desatenderem as exigências legais ou os termos deste Edital.

8.5.2.2- A Subcomissão Técnica elaborará planilhas com as pontuações de cada um dos Planos de Comunicação Publicitária apresentando justificativas escritas das razões que as fundamentaram em cada caso.

8.5.2.3- A Subcomissão Técnica elaborará a Ata de julgamento do Plano de Comunicação Publicitária e encaminhará à CGL, juntamente com as propostas técnicas analisadas e com as planilhas de pontuações.

8.5.2.4- A Subcomissão Técnica fará análise individualizada e julgamento dos documentos que compõe o envelope nº 3 – Conjunto de Informações Referentes à Licitante, desclassificando as que desatenderem as exigências legais ou os termos deste Edital.

8.5.2.5- A Subcomissão Técnica elaborará a Ata de julgamento dos Documentos que compõe o envelope nº 3 – Conjunto de Informações Referentes à Licitante e

encaminhará à CGL, juntamente com as propostas técnicas analisadas e com as planilhas de pontuações.

8.5.2.6- A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20 % (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos do Edital.

8.5.3. **Realização de Sessão Pública** para apuração do resultado geral das Propostas Técnicas, em nova data a ser marcada pela CGL, a qual será comunicada a todos os interessados via email e publicada no Órgão Oficial do Município. A sessão pública obedecerá aos seguintes procedimentos

- a) Abertura dos envelopes nº 02 – Plano de Comunicação – Via Identificada.
- b) Cotejo entre as vias identificadas e não identificadas dos Planos de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria.
- c) Elaboração de Planilha Geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de avaliação das propostas técnicas.
- d) Proclamação do resultado do julgamento das Propostas Técnicas, envelopes nº 01, 02 e 03, registrando-se em Ata as propostas desclassificadas e a respectiva ordem de classificação.
- e) Publicação do resultado do julgamento das Propostas Técnicas via site da Prefeitura (www.riogrande.rs.gov.br) com a respectiva pontuação total das propostas técnicas e a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada pela razão social dos licitantes, abrindo-se prazo para a interposição de recursos relativos ao julgamento das propostas técnicas, conforme disposto no item XII deste Edital e na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei 8.666/93.

8.5.4– **Realização de sessão pública** de abertura dos envelopes nº 04 – Proposta de Preço, em nova data a ser marcada pela CGL, a qual será comunicada a todos interessados via site desta Prefeitura www.riogrande.rs.gov.br e publicada no Órgão Oficial do Município. A Sessão Pública obedecerá aos seguintes procedimentos:

- a) Abertura do envelope nº 04 – Proposta de Preços de todos os licitantes devidamente classificados para análise e julgamento de acordo com os critérios descritos abaixo:
 - a.1). No julgamento da PROPOSTA DE PREÇO a CGL atribuirá o máximo de 30 (trinta) pontos, conforme tabela abaixo considerando:

Letra	Critério de avaliação	Pontuação máxima
-------	-----------------------	------------------

a) Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela SINAPRO - RS	Desconto de 30 % = 05 (cinco) pontos Desconto de 50 % = 10 (dez) pontos Desconto de 75 % = 12 (doze) pontos Desconto de 100 % = 15 (quinze) pontos	15 pontos
b) Percentual de desconto sobre os honorários a serem cobrados do Contratante, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros. (sobre a comissão de 15%)	Desconto de 10 % = 05 (cinco) pontos (honorário equivalente a 13,5 %) Desconto de 20 % = 10 (dez) pontos (honorário equivalente a 12,0 %)	15 pontos
b 1 – excluem-se custos referentes à produção de peças e matérias cuja confecção ou distribuição proporcione à licitante o desconto de remuneração de agência concedido pelos veículos de comunicação, conforme Normas Padrão da Atividade publicitária do CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão.	Desconto de 30 % = 15 (quinze) pontos (honorário equivalente a 10,5 %)	
Total 30 pontos		

a.2). Será desclassificada a Proposta de Preço que:

1) Não atender às exigências deste Edital e de seus anexos, que apresentar preços baseados em outra proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços ou, ainda, a proposta considerada como inexecutável;

2) Apresentar qualquer acréscimo aos preços previstos na Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio grande do Sul – SINAPRO, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria agência.

3) Apresentar percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) referente à produção de peças e materiais, cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros.

a.3) À comissão de licitação é facultado, em casos especiais, propor, mediante parecer fundamentado, a desclassificação de uma ou mais propostas de preços.

a.4) Não serão considerados motivos para desclassificação simples omissões ou erros materiais na proposta, desde que sejam irrelevantes, não prejudiquem o processamento da licitação, o entendimento da proposta e nem firam os direitos das demais licitantes.

b)Elaboração de Planilha Geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de avaliação das propostas de preços.

c) Proclamação do resultado do julgamento geral das Propostas de Preços, registrando-se em Ata as propostas desclassificadas e a respectiva ordem de classificação.

d) Publicação do resultado do Julgamento das propostas de preço via site da Prefeitura (www.riogrande.rs.gov.br) com a respectiva pontuação das propostas de preços e a indicação dos proponentes desclassificados organizada pela razão social dos licitantes, abrindo-se prazo para interposição de recurso relativos ao julgamento das propostas de preços, conforme disposto no item XII deste Edital e a alínea b do inciso I do art. 109 da Lei 8.666/93

8.5.5. Realização da Sessão pública de recebimento e abertura dos envelopes nº 05 - Documentos de Habilitação, em nova data a ser marcada pela CGL, a qual será comunicada a todos os interessados através do site desta Prefeitura (www.riogrande.rs.gov.br) e publicada na imprensa oficial do Município. A Sessão pública obedecerá aos seguintes procedimentos:

a) Somente serão convocadas para apresentarem os Documentos de Habilitação os licitantes classificados no Julgamento Final das Propostas.

b) A CGL fará o recebimento, a abertura e o julgamento dos Documentos de Habilitação dos licitantes convocados de acordo com os critérios estabelecidos neste Edital.

c) Decisão quanto à habilitação ou inabilitação e proclamação do resultado do julgamento dos Documentos de Habilitação, envelope nº 05, registrando-se em ata as razões, e abrindo-se prazo para interposição de recurso relativos ao julgamento dos documentos de habilitação, conforme disposto no item XII deste Edital e na alínea “a” inciso I do art. 109 da Lei 8.666/93.

IX - DA CLASSIFICAÇÃO FINAL DAS PROPONENTES

9.1. Será considerada classificada como vencedora a licitante que obtiver maior número de pontos, somada a pontuação obtida no julgamento da Proposta Técnica (máximo 70 pontos) e julgamento da Proposta de Preços (máximo 30 pontos).

9.1.1. Justifica-se a adoção das pontuações acima referidas, em razão de que os serviços a serem contratados possuem características primordiais de natureza técnica e intelectual, sendo os quesitos técnicos preponderantes na escolha da melhor proposta para a Prefeitura Municipal do Rio Grande.

9.2. No caso de empate entre as proponentes, será obedecido como critério de desempate o disposto no § 2º, do artigo 3º, da Lei Federal nº. 8.666/93 e suas alterações.

9.3. Persistindo o empate, a classificação se fará por sorteio, em ato público para o qual serão convocadas as proponentes.

9.4. O referido sorteio realizar-se-á independentemente do comparecimento dos proponentes, circunstância essa que será registrada em Ata.

X - Da DECISÃO FINAL

10.1 Do resultado final caberá pedido de reconsideração e recurso, que será processado e decidido com observância no Art. 109 da lei nº8666/93.

10.2 A classificação final das proponentes será comunicada aos interessados via fac-símile ou e-mail, e publicada no site da Prefeitura (www.riogrande.rs.gov.br).

10.3 O julgamento e a classificação das propostas, bem como a escolha da mais vantajosa para o Poder Público, serão atos exclusivos da Comissão Geral de Licitações e da Subcomissão Técnica.

10.4 Na hipótese de todos os licitantes serem inabilitados ou todas as propostas desclassificadas, poderá, após o transcurso do prazo recursal ou mediante renúncia a este, ser fixado aos licitantes o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de nova documentação ou de outras propostas escoimadas das causas referidas neste item.

10.5 Concluído a fase de classificação final das propostas, a Comissão Geral de Licitações elaborará relatório que será submetido à apreciação da Autoridade Superior, para que, ao seu juízo, homologue o resultado deste Procedimento Licitatório, sendo-lhe reservado o direito de anular no todo ou em parte, ou revogar a presente licitação.

10.6 Homologado o Processo Licitatório, será adjudicado o objeto à licitante vencedora.

XI - DA IMPUGNAÇÃO

11.1. Qualquer cidadão é parte legítima para solicitar esclarecimentos, providências ou impugnar este Edital, desde que encaminhados com antecedência de até 05 (cinco) dias úteis antes da data fixada para abertura do procedimento licitatório, no horário de expediente do protocolo geral do Gabinete de Compras, Licitações e Contratos do Rio Grande, bem como, dentro do prazo limite, através do email licitacoesrg@gmail.com, sendo nesta última hipótese da inteira responsabilidade dos licitantes a comprovação da tempestividade dos atos;

11.2. Decairá do direito de impugnar os termos do Edital de licitação perante a Administração, o licitante que não o fizer até o segundo dia útil que anteceder à sessão de abertura do procedimento licitatório.

XII - DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

12.1. Os recursos relativos ao julgamento das propostas técnicas, os recursos relativos ao julgamento das propostas de preço e os recursos relativos ao julgamento dos documentos de habilitação serão dirigidos ao Presidente da Comissão Geral de Licitações, podendo ser protocolados no GCLC, no horário de expediente, bem como serem enviados, dentro do prazo limite, por email licitacoesrg@gmail.com, sendo nesta última hipótese da inteira responsabilidade dos licitantes a comprovação da tempestividade dos atos;

12.2. Os recursos supramencionados acarretam efeito suspensivo no Processo Licitatório até os seus julgamentos finais;

12.3. Os recursos preclusos ou interpostos fora do prazo não serão apreciados;

XIII - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

13.1. A presente licitação poderá vir a ser revogada por razões de interesse público, fato superveniente e devidamente comprovado, ou anulada no todo ou em parte por ilegalidade, de ofício ou por provocação de terceiros, mediante ato escrito e devidamente fundamentado.

13.2. Os envelopes que não forem entregues até a data, horário e local estabelecidos no preâmbulo deste Edital, não serão objeto de julgamento pela Comissão Geral de Licitações.

13.3. Torna-se explícito que a participação dos licitantes no certame implica na aceitação integral e irrevogável dos termos deste Edital e seus Anexos, bem como na observância dos regulamentos, normas administrativas e técnicas aplicáveis, inclusive quanto a recursos.

13.4. Prevalecerá o foro da Comarca de Rio Grande - RS para a interposição de possíveis ações que venham a ser submetidas ao Poder Judiciário;

13.5. É facultado à Comissão Geral de Licitações, em qualquer fase desta Licitação, promover diligências a fim de esclarecer ou complementar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documento ou informação não apresentados na ocasião oportuna.

13.6. Será comunicada em tempo hábil, por escrito, às empresas que receberem este Edital, qualquer alteração que eventualmente possa ocorrer, devendo qualquer modificação do mesmo ser divulgada pela mesma forma que se deu ao texto original, retribuindo-se o prazo inicialmente estabelecido, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das propostas.

13.7. Após a fase de habilitação, não cabe desistência de proposta, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão Geral de Licitações.

13.8. A licitante vencedora deverá, no ato da assinatura do contrato, assinar TERMO DE COMPROMISSO DE DISPONIBILIZAÇÃO DE PROFISSIONAL (Anexo VI), comprometendo-se a disponibilizar profissional da área de publicidade para

atendimento, acompanhamento, orientação, auxílio e prestação de serviços relacionados ao contrato com a Prefeitura Municipal do Rio Grande, comparecendo pessoalmente, quando solicitado, em no máximo 48 horas, para atendimento das necessidades do contratante.

13.9. Integram o presente Edital:

- a) Anexo I – Termo de Referência
- b) Anexo II - Modelo para apresentação da proposta de preços
- c) Anexo III - Modelo de Declaração de Cumprimento dos Requisitos de Habilitação
- d) Anexo IV - Modelo de Declaração de Inexistência de Fato Impeditivo à Habilitação e de não emprego de menores
- e) Anexo V - Minuta de Contrato
- f) Anexo VI – Termo de Compromisso de Disponibilização de Profissional
- g) Anexo VII – Modelo de Declaração de ME/EPP

13.10. Os casos omissos neste EDITAL serão resolvidos pela Comissão Geral de Licitações, através da Legislação atual, da Jurisprudência, doutrina e os demais princípios norteadores do direito.

13.11. Informações adicionais serão fornecidas pela Comissão Geral de Licitações, no horário das 13:00 hs as 17:30 hs, de segunda a sexta-feira, pelo telefone (53) 3233.8417 ou 3233.6060 e e-mail compras@riogrande.rs.gov.br, devendo cada licitante acompanhar todas as movimentações referentes ao Processo Licitatório no site da Prefeitura(www.riogrande.rs.gov.br).

Rio Grande, 22 de agosto de 2019.

Ademir Giambastiani Casartelli
Gabinete de Compras, Licitações e Contratos.