

**EDITAL DE LICITAÇÃO Nº. 79/2022**  
**TOMADA DE PREÇOS PARA SERVIÇOS**

**1 - DO PREÂMBULO:**

1.1 - A **PREFEITURA MUNICIPAL DE ARARANGUÁ, ESTADO DE SANTA CATARINA** através da Comissão Especial de Licitação, constituída pela Decreto nº 10.381 de Março de 2022 torna público para conhecimento dos interessados que realizará licitação na modalidade TOMADA DE PREÇOS, do tipo “**técnica e preço**”, execução indireta sob o regime de empreitada por preço unitário, visando **contratação, conforme demanda de empresa (s) do ramo pertinente para prestação de serviços de publicidade e propaganda, compreendendo planejamento, estudo, pesquisa, criação, produção, distribuição de materiais publicitários à veiculação e controle de resultados de campanhas publicitárias e institucionais, que sejam de interesse da Prefeitura Municipal de Araranguá (incluindo FAMA), Secretaria Municipal de Saúde e Secretaria de Assistência Social e Habitação, conforme especificações técnicas mínimas descritas no anexo I (briefings) do presente edital.**

Rege a presente licitação: Lei Federal nº 12.232/10, pela Lei nº 8.666/93, de 21/06/93, com alterações posteriores introduzidas pelas Leis nº.s 8.883/94 e 9.648/98; pela Lei nº. 4.680/65, Decreto nº 57.690/66, Decreto nº 4.563, de 31.12.02; das Normas-Padrão da Atividade Publicitária tuteladas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão, e pelas disposições deste Edital.

1.2 - Os invólucros nº 01 - PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - via não identificada, nº 02 - PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - via identificada, nº 03 - CONJUNTO DE INFORMAÇÕES - via identificada, nº 04 - PROPOSTA DE PREÇOS, deverão ser entregues conjuntamente no **setor de protocolo** da Prefeitura Municipal de Araranguá – Rua Dr. Virgulino de Queiroz, 200 – Centro – Araranguá –SC.

**Recebimento dos invólucros:**

o **das 08h00 do dia 28 de Abril de 2022 às 13h45min do dia 31 de Maio de 2022.**

**Início da Sessão Pública:**

o **14h00 do dia 31 de Maio de 2022.**

As dúvidas pertinentes à presente licitação serão esclarecidas pelo Departamento de Licitações, nos seguintes endereços:

" Telefone: 48 3521.0929

" E-mail: [licitacao@ararangua.sc.gov.br](mailto:licitacao@ararangua.sc.gov.br)

" Endereço: Rua Dr. Virgulino de Queiróz, 200, centro.

- Não serão aceitas e nem recebidas, em hipótese alguma, documentações e propostas após a data e hora aprazadas para esta licitação, ainda que tenham sido despachadas, endereçadas e ou enviadas por qualquer meio, anteriormente a data do certame.

- Ocorrendo decretação de feriado ou outro fato superveniente, de caráter publico que impeça a realização desta sessão na data acima marcada, a licitação ficará automaticamente prorrogada para o primeiro dia útil subsequente, independente de nova comunicação, salvo que ocorra algum fato que impeça de assim ser

procedido, o que será constado em Ata e devidamente justificado pelo (a) presidente da comissão especial de julgamento.

- O procedimento licitatório é previsto em lei. A sessão de abertura da licitação é um ato público e oficial, onde os participantes devem respeitar e cumprir as cláusulas previstas neste edital. O não cumprimento de qualquer um desses requisitos acarretará na desclassificação e/ou inabilitação da participante ou no não credenciamento do representante.

**ATENÇÃO: É facultativo o uso de máscaras durante a sessão de licitação. Ainda, reforçando os cuidados e prevenção a COVID 19, orientamos aos participantes trazer caneta para uso individual.**

## **2 - DO OBJETO:**

**2.1 - Contratação, conforme demanda de empresa (s) do ramo pertinente para prestação de serviços de publicidade e propaganda, compreendendo planejamento, estudo, pesquisa, criação, produção, distribuição de materiais publicitários à veiculação e controle de resultados de campanhas publicitárias e institucionais, que sejam de interesse da Prefeitura Municipal de Araranguá (Incluindo FAMA), Secretaria Municipal de Saúde e Secretaria de Assistência Social e Habitação, conforme especificações técnicas mínimas descritas no anexo I (briefings) do presente edital.**

2.1.1 - Como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) ao planejamento e à 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 realizadas;
- b) à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- c) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias no assessoramento e apoio no desenvolvimento e execução em ações de comunicação.

2.2 – A (s) agência (s) não poderá (ao) subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no subitem 2.1, que lhe sejam afetos nos termos do art. 72, da Lei nº 8.666/93.

2.3 – A (s) agência (s) atuará (ao) por ordem e conta do Município de Araranguá, em conformidade com o art. 3º, da Lei nº 4.680/65, na contratação de:

- a) veículos e outros meios de divulgação para compra de tempo e espaço publicitários para veiculação dos trabalhos previstos;
- b) fornecedores de serviços especializados ou não para a produção e a execução técnica das peças, campanhas e materiais, além de serviços conexos e complementares.

## **3 - DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO**

3.1 Serão consideradas em condições de participação as empresas que atenderem os requisitos do presente Edital e apresentarem as seguintes documentações:

- a) Atenderem à definição de agência de propaganda, segundo a Lei Federal nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e do Regulamento aprovado pelo Decreto Federal nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966, alterado pelo Decreto Federal nº 4.563/2002, apresentando para isso Declaração que a licitante é filiada ou associada ao Sindicato das Agências de Propaganda de sua base territorial ou Associação Brasileira de Agências de Publicidade - ABAP;
- b) Apresentarem o Certificado de Qualificação Técnica válido na data de abertura, expedido pelo CENP - Conselho Executivo de Normas-Padrão, de acordo com a Lei 12.232;

- c) Estiverem constituídas no Brasil, de acordo com as leis brasileiras;
- d) Não tenham sido declaradas inidôneas por quaisquer órgão ou entidade da Administração Pública direta ou indireta;
- e) Apresentarem os documentos aqui exigidos e não estiverem sob falência, concurso de credores, dissolução, liquidação ou sob declaração de inidoneidade que lhes tenham sido aplicadas por força da Lei Federal n.º 8.666/93 e suas alterações, em qualquer esfera administrativa do Poder Público.

**3.2 - Somente poderão apresentar proposta as empresas especializadas no ramo pertinente ao objeto e que atenderem a todas as condições exigidas para cadastramento (Certificado de Registro Cadastral) até o 3º (terceiro) dia anterior à data do recebimento das propostas, vedada a participação de consórcios ou grupos de empresas.**

**3.2.1** - A condição de validade do Certificado de Registro Cadastral apresentado pelos licitantes está atrelada à manutenção de sua regularidade junto ao respectivo órgão cadastrador. Desta forma, no curso do julgamento da fase de habilitação, a Comissão de Licitação averiguará a situação cadastral dos licitantes, inabilitando aqueles cujos CRC estiver cancelado, suspenso, vencido ou, ainda, quando toda a documentação apresentada para o competente cadastramento não estiver em plena vigência.

**3.2.2** – Caso conste no Certificado de Registro Cadastral qualquer certidão com o prazo de validade vencido, a licitante poderá apresentar tais documentos atualizados e regularizados juntamente com a documentação exigida no item 6.2 deste edital dentro de seu envelope nº.01 – DOCUMENTAÇÃO.

**3.2.3** - Empresa não-cadastrada que tenha interesse em participar do processo licitatório em voga poderá efetuar seu cadastramento em até 03 dias antes da data de abertura dos envelopes. Os documentos exigidos para o cadastramento estão dispostos nos artigos 27 a 31 da Lei Federal nº. 8.666/93.

**3.3** - Não será permitida a participação de empresas que tenham sócios ou empregados que sejam funcionários da Prefeitura Municipal de Araranguá.

**3.4** - A presente Licitação será realizada em três fases, assim discriminadas:

- a) Proposta Técnica;
- b) Proposta de Preços;
- c) Habilitação.

**3.5** - Os interessados, no dia, local e hora indicados no preâmbulo deste Edital, deverão entregar, simultaneamente, à Comissão Especial de Licitação, através do setor de protocolo da Prefeitura Municipal de Araranguá, a Proposta Técnica e a Proposta de Preços, exigidos no presente Edital, em 04 (quatro) invólucros fechados e lacrados ou colados, na forma seguinte:

**Invólucro nº 01** - "PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO IDENTIFICADA"

**envelope fornecido pela Prefeitura Municipal de Araranguá, sem qualquer inscrição, marca ou sinal.**

**Invólucro nº 02** - "PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA IDENTIFICADA"

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARARANGUÁ



TOMADA DE PREÇOS Nº 79/2022

RAZÃO SOCIAL

CNPJ

Em uma única via.

**Invólucro nº 03 - "PROPOSTA TÉCNICA - CONJUNTO DAS INFORMAÇÕES"**

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARARANGUÁ

TOMADA DE PREÇOS Nº 79/2022

RAZÃO SOCIAL

CNPJ

(Razão social da empresa e endereço, se o invólucro não for timbrado)

Em uma única via.

**Invólucro nº 04 - "PROPOSTA DE PREÇOS"**

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARARANGUÁ

TOMADA DE PREÇOS Nº 79/2022

RAZÃO SOCIAL

CNPJ

(Razão social da empresa e endereço, se o invólucro não for timbrado)

Em uma única via.

3.6 - O representante legal da empresa deverá, antes da entrega dos invólucros de Proposta Técnica e Proposta de Preços, identificar-se, apresentando ao Presidente da Comissão Especial de Licitação a Carteira de Identidade e Prova de Titularidade da empresa, além do Certificado de Qualificação Técnica válido na data de abertura, expedido pelo CENP - Conselho Executivo de Normas-Padrão, e do comprovante de CRC em vigor na Prefeitura Municipal de Araranguá.

3.7 - Se a empresa enviar representante que não seja sócio, gerente ou diretor, faz-se necessário o credenciamento por procuração por instrumento público ou particular com firma reconhecida em cartório, com menção expressa de que lhe confere amplos poderes para praticar todos os atos no interesse da mesma junto a quaisquer órgãos públicos ou, ainda, com fins específicos para representação em todos os termos da presente licitação.

3.7.1 - Só terão direito de usar a palavra, rubricar, ter acesso à documentação e às propostas, apresentar reclamações ou recursos e assinar a ata, representantes legais dos concorrentes e os membros da Comissão Especial de Licitação.

3.8 - O não comparecimento de quaisquer dos participantes na reunião na qual serão recebidos os invólucros de Proposta Técnica, Proposta de Preços não impedirá que ela se realize.

3.9 - Os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, de acordo com inciso XI do art. 11, da Lei 12.232, de 29 de abril de 2010. Deverão ser apresentados encadernados em invólucro fechado, em uma única via, na forma seguinte:

**Invólucro nº 05 - "HABILITAÇÃO"**

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARARANGUÁ

TOMADA DE PREÇOS Nº 79/2022

RAZÃO SOCIAL

CNPJ

(Razão social da empresa e endereço, se o invólucro não for timbrado)

3.10 - A participação da licitante a este procedimento licitatório implicará em expressa concordância aos termos deste Edital, ressalvando-se o direito recursal.

3.11 – Os interessados poderão ter acesso ao edital através do email: [licitacao@ararangua.sc.gov.br](mailto:licitacao@ararangua.sc.gov.br) ou ainda pelo site [www.ararangua.sc.gov.br](http://www.ararangua.sc.gov.br).

**4 - INVÓLUCRO Nºs 01 e 02 - PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA.**

4.1. O Plano de Comunicação Publicitária- via não identificada - consistirá de um caderno impresso em papel tamanho A4 (210 x 297mm), sob a forma de layout, roteiro, storyboard, tabelas e textos de tipologia Arial, tamanho 11, sem condensação e entrelinhamento simples, e será composta de quatro quesitos:

I - Raciocínio básico, sob a forma de texto de no máximo 02 (duas) páginas, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Araranguá, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;

II - Estratégia de comunicação publicitária, sob a forma de texto de no máximo 02 (duas) páginas, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela Prefeitura Municipal de Araranguá;

III - Idéia criativa, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária, sendo uma peça em 01 (uma) página para cada um dos seguintes meios, totalizando 04 (quatro) páginas:

- a) Jornal ou Revista: layout;
- b) Outdoor: layout;
- c) VT: storyboard;
- d) Spot ou Jingle/Rádio: roteiro.

IV - Estratégia de mídia e não mídia, em que o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ele sugerida e em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório, apresentada sob a forma de textos de no máximo 04 (quatro) páginas, permitida a inclusão de tabelas, gráficos, planilhas e quadro resumo que identificarão as peças a

serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação, sem inclusão no limite máximo de páginas fixadas.

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

4.2. - O Plano de Comunicação Publicitária previsto no item 4.1. será apresentado em 2 (duas) vias, uma sem a identificação de sua autoria em invólucro padronizado fornecido previamente pela Prefeitura Municipal, e outra com a identificação, conforme o item 3.5.;

4.2.1. – A via identificada do Plano de Comunicação Publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.

4.3. - Será vedada a aposição, ao invólucro e conteúdo destinado às informações da **via não identificada** do Plano de Comunicação Publicitária, de qualquer marca, sinal, etiqueta, palavra ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação do seu proponente/autor antes ou depois da abertura do invólucro 01; ele deverá ser apresentada da seguinte forma, não podendo ultrapassar as **12 (doze) páginas** previstas no Edital referentes aos seus itens 4.1 I, II, III e IV:

- em papel sulfite A4 (210 x 297mm), branco;
- com espaçamento extremamente próximo de 2 (dois) cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- com textos justificados;
- com espaçamento “simples” entre as linhas;
- com texto em fonte “arial”, tamanho 11 pontos;
- com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- agrupadas, com grampeamento simples no canto superior à esquerda; e
- sem identificação da licitante.

4.4. - Será desclassificado a licitante que descumprir o disposto neste Edital.

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

## **5 - INVÓLUCRO Nº 03 - PROPOSTA TÉCNICA - CONJUNTO DE INFORMAÇÕES**

5.1. O invólucro de nº 03 deverá conter o Conjunto de Informações, em uma única via, que deverá ser datada e assinada pelo representante da Licitante. Consistirá de um caderno impresso em papel tamanho A4 (210 x 297mm), composto de textos - utilizar tipografia arial, tamanho 11, sem condensação e entrelinhamento simples. Deverá conter informações destinadas a avaliar a capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes e compor-se-á de 03 (três) quesitos:

5.1.1. Capacidade de Atendimento (em textos e/ou fotos):

I. Em no máximo 10 (dez) páginas, a licitante apresentará:

a) Currículos com a quantificação e qualificação dos profissionais que serão postos à disposição da linha de atuação, de maneira discriminada, por setor da agência licitante (no mínimo: atendimento, arte, redação, mídia, planejamento, produção);

b) Descrição das instalações físicas e do instrumental técnico de que dispõe a licitante para atender a presente licitação;

c) Sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento da licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos máximos a serem cumpridos em condições normais de



trabalho para a criação de campanha, criação de peças avulsas, produção de publicidade legal e elaboração de plano de mídia;

5.1.1.1. A Comissão Especial de Licitação poderá visitar, a qualquer momento, a empresa licitante para confirmação de suas informações.

5.1.1.2. Não serão aceitos, no item 5.1.1 da alínea a) até c), anexos especiais tais como portfólios impressos ou eletrônicos descrevendo atividades além das formas solicitadas.

#### 5.1.2. Repertório

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

II. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro n.º 2, importando o descumprimento de tal obrigação na desclassificação da licitante, nos termos do art. 6º, inciso XIV e §2º, da Lei 12.232 de 2010.

III. Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

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

V. Deverão ser apresentadas 10(dez) peças ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

VI. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, ou ainda pendrive.

VII. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem I, em papel A4. Em todos os casos, deverá ser preservada sua capacidade de leitura e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

VIII. Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem V, desta cláusula, sua pontuação máxima, neste quesito, **será proporcional** ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação de regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista.

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

X. As peças e ou material não podem se referir a trabalhos solicitados e ou aprovados pela Prefeitura Municipal de Araranguá.

#### 5.1.3. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

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

II. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outros elementos que conste do Plano de Comunicação Publicitária –

Via Não Identificada e que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro n.º 2, importando o descumprimento de tal obrigação na desclassificação da licitante, nos termos do art. 6º, inciso XIV e 2º, da Lei 12.232 de 2010.

III. A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejada e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

IV. Se a licitante apresentar relatos em quantidade inferior à estabelecida no subitem III desta cláusula, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de relatos apresentados.

V. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem se referir a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pela Prefeitura Municipal de Araranguá.

VI. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. Todas as páginas do relato devem estar assinadas pelo autor do referendo.

VII. É permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e ou material independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

- a) as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD e/ou pendrive.
- b) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem I desta cláusula, em papel A4. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;
- c) para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

VIII. A critério da Prefeitura Municipal de Araranguá, a campanha publicitária da (s) Proposta (s) Técnica (s) vencedora (s) poderá (ao) ou não vir a ser produzida e veiculada, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

## **6 - O INVÓLUCRO N° 04 - PROPOSTA DE PREÇOS**

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

I. Modalidade e o número desta licitação;

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

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

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

6.2. - A Proposta de Preços será apresentada mediante preenchimento da Planilha de Preços, sujeitos à valoração, e deverá ser apresentada conforme descrito nas alíneas "a" e "b" inframencionadas, compreendendo:



a) Desconto a ser concedido ao Município de Araranguá, sobre os custos internos (limitados a 30%, a título de preservação da qualidade dos serviços prestados), baseado na Tabela de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Santa Catarina – SINAPRO-SC.

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

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

6.4. - **Os serviços de mídia como planejamento e distribuição aos veículos serão remunerados à Agência vencedora mediante o “desconto padrão” de 20% concedido pelos veículos de divulgação de acordo com o Parágrafo Único do art. 11, da Lei nº 4.680/65 e Normas-Padrão da Atividade Publicitária, tuteladas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão.**

6.5. - A licitante deverá apresentar declaração, anexa à Proposta de Preços, na qual:

6.5.1. - Tratará a questão dos direitos autorais, estabelecendo a cessão total e definitiva dos direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do Contrato.

6.5.2. - O compromisso de sempre negociar as melhores condições de preço, para os direitos de imagem de som e de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de utilização e ou possível reutilização em peças publicitárias para a Prefeitura Municipal de Araranguá.

6.5.3. - Garantirá a transferência a Prefeitura Municipal de Araranguá de toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a Veículos e a Fornecedores.

6.6. - A Comissão Permanente de Licitação não considerará as propostas que não atenderem a todas as exigências deste Edital e às condições da licitação.

6.7. - 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 a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

## **7. DOS PROCEDIMENTOS DA SESSÃO**

7.1. - Os invólucros com as Propostas Técnicas (3 - três) e de preços (1 - um) serão entregues à Comissão Especial de Licitação na data, local e horário determinados no preâmbulo do Edital.

7.1.1. - Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnicas e de preços.

7.1.2. - Os invólucros padronizados com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária só serão recebidos pela Comissão Especial de Licitação se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.

7.1.3.- A Comissão Especial 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.

7.1.4 Será desclassificada a licitante cujos documentos pertinentes ao Invólucro nº 1 contenham informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique sua autoria, bem como se o Invólucro nº 3 também contenha alguma referência que possa identificar o conteúdo do Invólucro nº 1.

7.2. - O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:

I - abertura do invólucro com a via não identificada do plano de comunicação e do invólucro nº 03 - conjunto de informações, em sessão pública, pela Comissão Especial de Licitação;

II - encaminhamento dos invólucros n.ºs 1 e 3 à Subcomissão Técnica para análise e julgamento no prazo de 10 (dez) dias úteis;

III - análise individualizada e julgamento do Plano de Comunicação Publicitária, desclassificando-se as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório, observado o disposto nos itens 4.3 e 4.4;

IV - elaboração de ata de julgamento do Plano de Comunicação Publicitária e encaminhamento à Comissão Especial de Licitação, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram;

V - análise individualizada e julgamento dos quesitos referentes ao conjunto de informações, desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório;

VI - elaboração de ata de julgamento dos quesitos e encaminhamento à Comissão Especial de Licitação, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e justificativa escrita das razões que as fundamentaram;

VII - realização de sessão pública para apuração do resultado geral das Propostas Técnicas, com os seguintes procedimentos:

a) abertura dos invólucros com a via identificada do Plano de Comunicação Publicitária;

b) cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;

c) elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada Proposta Técnica;

d) proclamação do resultado do julgamento geral da Proposta Técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;

VIII - publicação do resultado do julgamento da Proposta Técnica, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome das licitantes, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea b, do inciso I, do art. 109, da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993. Transcorrido o prazo recursal, ou julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Licitação marcará nova data para a abertura dos invólucros n.º 04 contendo a Proposta de Preços;

IX - 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, 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 da via identificada da Proposta Técnica - Plano de Comunicação Publicitária;

X - abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, em sessão pública, obedecendo-se ao previsto § 2º, do art. 46, da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, para licitações do tipo **“técnica e preço”**;

XI - publicação do resultado do julgamento e classificação final das propostas, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993;

XII - transcorrido o prazo recursal, convocação das licitantes classificados no julgamento final das propostas para apresentação dos documentos de habilitação;

XIII - recebimento e abertura do invólucro com os documentos de habilitação das licitantes em sessão pública, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e no instrumento convocatório;

XIV - decisão quanto à habilitação ou inabilitação das licitantes e abertura do prazo para interposição de recurso, nos termos da alínea a do inciso I, do art. 109, da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993;

XV - reconhecida a habilitação das licitantes, será homologado o procedimento e adjudicado o objeto licitado à licitante primeiro classificada.

## **8- INVÓLUCRO Nº 05 - HABILITAÇÃO**

8.1. - Os documentos exigidos no invólucro 05 - "HABILITAÇÃO" deverão ser apresentados todos em 01 (uma) via, respectivamente, devendo ser em original ou por qualquer processo de cópia devidamente autenticada por Cartório competente, ou pelo servidor da Prefeitura Municipal Araranguá ou publicação em órgão de imprensa oficial. Deverão ser encadernados sequencialmente de acordo com os itens do Edital, sem emendas (ex.: números sobrepostos) ou rasuras (ex.: uso de corretivos líquidos). Caberá à Comissão Especial de Licitação solicitar, a qualquer momento, os originais para confrontação, em caso de dúvida.

### **8.1.1.- Habilitação Jurídica**

a) cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante;

b) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, em se tratando de sociedades empresariais, devidamente registrado e acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, quando se tratar de sociedades por ações; (contrato social com todas as alterações contratuais ou a alteração consolidada), e deles deverá constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta TOMADA DE PREÇOS;

c) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registros de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício.

### **8.1.2. - Regularidade Fiscal**

a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica do Ministério da Fazenda (CNPJ);

b) Prova de regularidade com a Fazenda Federal mediante apresentação dos seguintes documentos, nos termos da resolução conjunta PGFN/RFB, nº 2, de 31 de agosto de 2005;

b.1) Certidão Conjunta Negativa ou Positiva com efeito de Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União;

c) Prova de regularidade relativa à Seguridade Social demonstrando situação regular no cumprimento dos encargos sociais, instituídos por lei, mediante os seguintes documentos:

c.1) Certidão Negativa de Débito (CND) do INSS, (específica), emitido pelo órgão competente, da localidade de domicílio ou sede da empresa do proponente, na forma da Lei;

c.2) Certificado de Regularidade do FGTS (CRS), emitido pelo órgão competente, da localidade de domicílio ou sede da empresa do proponente, na forma da Lei;



d) Prova de regularidade com a Fazenda Municipal (ISSQN), emitida pelo órgão competente, da localidade de domicílio ou sede da empresa proponente, na forma da Lei;

e) Certidão Negativa de Débito Trabalhista aprovada pela Lei 12.440/2011.

### 8.1.3. - Qualificação Econômico-Financeira

a) Certidão negativa de falência e concordata expedida pelo distribuidor judicial da sede da pessoa jurídica, a data de emissão não superior a 60 (sessenta) dias da data limite para a sua apresentação, salvo se contiver prazo de validade expreso.

Obs.: Para as certidões emitidas no estado de Santa Catarina o licitante deverá apresentar outra certidão com a constante no item a) acima, conforme orientação a seguir:

A presente certidão é válida desde que apresentada com a respectiva certidão de registros cadastrados no sistema eproc, disponível através do endereço <HTTPS://certeproc1g.tjsc.jus.br>.

Para as certidões emitidas em outros estados será observado as orientações constantes das mesmas.

b) Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, apresentado na forma da Lei, no caso de sociedades por ações, a cópia do balanço deve ser acompanhada de comprovação de registro na Junta Comercial; nos demais casos, a cópia do balanço deve ser acompanhada de cópia dos termos de abertura e encerramento do Livro Diário registrado na Junta Comercial; em qualquer caso, o balanço deve conter assinatura do representante legal da empresa e de profissional habilitado no CRC, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios. As empresas constituídas há menos de 01 (um) ano, deverão comprovar tal situação mediante apresentação do Balanço de Abertura e Declaração do Contador. Comprovação da boa situação financeira da licitante, que deverá ser apresentada em documento anexo ao balanço patrimonial, utilizando os seguintes índices:

#### I) Índices de Liquidez Geral (LG)

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

#### II) Índice de Solvência Geral (SG)

$$SG = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$

#### III) Índice de Liquidez Corrente (LC)

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

c) Estarão habilitadas as empresas que apresentarem resultado igual ou maior a 1,00 (um vírgula zero) nos índices acima. O cálculo dos índices deverá ser apresentado em documento anexo, calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

#### **8.1.4.- Capacidade Técnica**

8.1.4.1. – No mínimo 01 (um) Atestado de Capacidade Técnica, expedido por pessoa jurídica de direito público ou privado, em nome da licitante, comprovando já ter executado as atividades compatíveis com o objeto deste edital.

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

8.1.4.3. – Comprovante/Declaração de registro ou inscrição da agência licitante na entidade profissional competente: Sindicato das Agências de Propaganda de sua base territorial ou Associação Brasileira de Agências de Publicidade - ABAP, para atendimento do art. 30, inciso I, da Lei nº 8.666/93.

8.1.4.6. - Comprovação da licitante possuir em seu quadro permanente, na data prevista para entrega da proposta, profissional de nível superior com formação em uma das seguintes áreas: Comunicação (Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas), Publicidade ou Marketing, devendo a comprovação ser efetivada através da apresentação do diploma do mesmo ou outro devidamente reconhecido pelo sindicato da classe, na forma dos artigos 6º e seguintes da Lei Federal nº 4.680/65.

#### **8.1.5. Declarações**

a) Declaração da licitante em papel timbrado e assinado pelo representante legal, informando que cumpre a proibição prevista no art.7º da CF - ou seja, de que não utiliza trabalho de menor de dezoito anos em atividades noturnas, perigosas ou insalubres, e de trabalho de menor de quatorze anos, salvo na condição de aprendiz. Sugerimos o modelo apresentado no anexo IX, em papel da própria empresa, contendo o carimbo ou impresso identificador do CNPJ/MF da firma proponente, assinadas por pessoa legalmente habilitada e que seja possível identificar quem assinou;

b) Declaração elaborada em papel timbrado e subscrita pelo representante legal da licitante, assegurando a inexistência de impedimento legal para licitar ou contratar com a Administração. Sugerimos o modelo apresentado no **anexo X**, em papel da própria empresa, contendo o carimbo ou impresso identificador do CNPJ/MF da firma proponente, assinada por pessoa legalmente habilitada e que seja possível identificar quem assinou;

8.2. - As Certidões, Certificados ou Declarações que não tragam suas validades expressas, serão consideradas pela Comissão Especial de Licitação, válidas por 90 (noventa) dias, a contar da data de sua emissão.

8.3. - Quando a licitante apresentar certidão extraída por meio da internet, que não seja original, a Comissão efetuará a consulta no site correspondente, para verificação da sua autenticidade.

8.4. - Documentos em fac-símile não serão aceitos, salvo para efeitos de diligências.

8.5. - Serão consideradas inabilitadas automaticamente as participantes que não apresentarem a documentação solicitada ou apresentarem-na com vícios ou defeitos que impossibilitem seu entendimento ou não atendam satisfatoriamente as condições deste Edital.

### **9. - DO CRITÉRIO DE JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA**

9.1 - O julgamento compreenderá a análise e pontuação dos documentos contidos no invólucro da Proposta Técnica das licitantes, conforme as normas de julgamento que são apresentadas a seguir.

9.1.1.- Para efeitos deste Edital, será desclassificada a Proposta Técnica que não atingir, pelo menos, 50 (cinquenta) pontos, equivalentes a 50% (cinquenta) por cento da pontuação máxima possível.

9.1.2.- Para julgamento do critério de qualidade técnica da proposta, a avaliação das Propostas Técnicas será feita pela Subcomissão Técnica de Licitação, especialmente constituída para esse fim, no prazo de 10 (dez) dias úteis contados da data da abertura dos invólucros contendo a Proposta Técnica, **por item**. Prazo este que poderá ser prorrogando somente mediante justificativa.

9.1.3.- A falta de qualquer dos documentos exigidos para a Proposta Técnica ou sua apresentação em desacordo com o presente Edital, implicará na desclassificação da proposta.

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

9.1.4.1.- Plano de Comunicação Publicitária (máximo de 60 (sessenta) pontos no total).

**I - Raciocínio básico - máximo de 10 (dez) pontos, relativos a:**

- a) Conhecimento das características gerais do cliente;
- b) Conhecimento genérico dos serviços prestados pelo cliente;
- c) Adequada compreensão da linha de atuação específica do cliente, da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Comunicação da Prefeitura Municipal de Araranguá com seus públicos;
- d) Acuidade de compreensão do papel da Comunicação da Prefeitura Municipal de XXXXXXXXXXXXXXX no atual contexto social, político e econômico.

**II - Estratégia de comunicação publicitária - máximo de 20 (vinte) pontos, relativos a:**

- a) Formulação do conceito, da compreensão do tema hipotético ao desenvolvimento do raciocínio que o conduziu;
- b) A formulação do tema da comunicação adotado para a linha de atuação;
- c) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa;
- d) A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação da Administração Municipal com seus públicos.

**III - Ideia criativa - máximo de 20 (vinte) pontos, relativos a:**

- a) A sua adequação ao problema específico de comunicação do cliente;
- b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- c) A cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;
- d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- f) A sua pertinência às atividades do cliente e à sua inserção na sociedade;
- g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
- h) A compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.

**IV - Estratégia de mídia e não mídia - máximo de 10 (dez) pontos, relativos a:**

- a) O conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários;



- b) A capacidade analítica revelada no exame desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia;
- c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às 02 (duas) alíneas anteriores;
- d) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
- e) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da Prefeitura Municipal de Araranguá.

**9.1.4.2. - Conjunto de Informações (máximo de 40 (quarenta) pontos no total) relativos a:**

**I - Capacidade de Atendimento (máximo de 10 (dez) pontos), relativos a:**

- a - Capacidade geral de atendimento revelada pela licitante, considerando a qualificação dos profissionais colocados à disposição da linha de atuação nos diferentes setores da agência, considerando a formação profissional;
- b - Estrutura física e equipamentos necessários à realização dos serviços;
- c - Pertinência da sistemática de atendimento e a adequação dos prazos máximos para a entrega dos serviços, a operacionalidade do relacionamento entre o Setor de Comunicação da Prefeitura Municipal de XXXXXXXXXXXXX e a licitante, esquematizado na Proposta;

**II – Repertório (máximo de 15 (quinze) pontos no total), relativos a:**

- a – A ideia criativa e sua pertinência;
- b – A clareza da exposição;
- c – A qualidade da execução e do acabamento.

**III – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (máximo de 15 (quinze) pontos no total) relativos a:**

- a – A concatenação lógica da exposição;
- b – A evidência de planejamento publicitário;
- c – A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- d – A relevância dos resultados apresentados.

9.1.5. – A Nota da Proposta Técnica (total de pontuação auferida) servirá para o cálculo da nota final de acordo com o item 11.

**10 - DO CRITÉRIO PARA A PONTUAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

10.1. - As Propostas de Preços das licitantes classificadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

10.2. – A classificação das Propostas de Preços será feita mediante a aplicação do critério de julgamento como indicado no item 10.3.

**10.2.1. Até 60 (sessenta) pontos para a agência que cobrar os menores valores de custos internos com base na Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Santa Catarina (um ponto e meio para cada 1% (um por cento) de desconto e limitado a 30% (tinta por cento) do valor da tabela).**

**10.2.2. Até 40 (quarenta) pontos para os menores honorários oferecidos sobre o custo orçado junto a fornecedores especializados, na prestação de serviços e de suprimentos externos, nos termos do subitem 3.6.1 das Normas-Padrão (oito pontos para cada 1% de desconto sobre os 15% originais, até o limite de 5% de desconto).**

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

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

A – Desconto sobre os custos internos da tabela referencial de custos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Santa Catarina (Até 60 (sessenta) pontos)		
<b>A.1 Critério de desconto de 0 (zero) a 40% (trinta)%, equivalendo 1,5 ponto (um ponto e meio) a cada 1% de desconto. Ex: 0% = zero pontos; 10% = 15 (quinze) pontos; 20% = 30 (trinta) pontos, e assim sucessivamente.</b>		
B – Honorários por serviços de terceiros (Até 40 (quarenta) pontos)		
<b>B.1. Remuneração entre 10% a 15% (honorários oferecidos sobre o custo orçado junto a fornecedores especializados, na prestação de serviços e de suprimentos externos).</b>		
Honorários a serem aplicados	Pontos Concedidos	Total da Pontuação Auferida
15%	Zero ponto	Zero
14%	1 ponto	Oito
13%	2 pontos	Dezesseis
12%	3 pontos	Vinte e Quatro
11%	4 pontos	Trinta e Dois
10%	5 pontos	Quarenta

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

10.5. – **A nota da Proposta de Preços (total de pontuação auferida) servirá para o cálculo da nota final de acordo com o item 11.**

10.6. – Serão desclassificadas as propostas que:

I - Não atenderem as disposições contidas neste Edital;

II - Apresentarem valores superiores aos praticados no mercado;

III- **Apresentarem percentual de desconto superior a 40% (quarenta por cento) sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Santa Catarina (SINAPRO/SC);**

IV - **Apresentarem percentual de honorários superiores a 15% (quinze por cento) pertinentes a supervisão de produção externa incidente sobre os custos de serviços e suprimentos externos de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais contratados com fornecedores;**

V - Apresentarem percentuais fora dos limites constantes do Anexo “B” das Normas-Padrão da Atividade Publicitária.

## 11 - DA CLASSIFICAÇÃO FINAL

11.1. - O cálculo da NOTA FINAL das propostas das licitantes será feito mediante aplicação da seguinte fórmula:

**NF = (NPT\*7+NP\*3)**, onde:

**10**

**NF = Nota Final**

**NPT = Nota da Proposta Técnica**

**NP = Nota da Proposta de Preços**

11.2. - A classificação final será realizada com base no valor da Avaliação Final, classificando-se em primeiro lugar a proponente que obtiver a **maior média ponderada**, em segundo lugar, a que obtiver a segunda maior média ponderada e, assim, sucessivamente.

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

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

11.5. - Em caso de empate, a agência vencedora será aquela que tiver a maior nota técnica.

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

## **12 – PRAZO, CONDIÇÕES, GARANTIAS DE EXECUÇÃO CONTRATUAL, SANÇÕES E CRITÉRIO DE REAJUSTE.**

### **12.1. PRAZO**

12.1.1 - Adjudicado o objeto da licitação à PROPONENTE vencedora, terá o prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis contados da convocação, para assinar o contrato.

12.1.2. - Na eventualidade de a PROPONENTE regularmente convocada a assinar o contrato, estando sua proposta dentro do prazo de validade, se recusar a fazê-lo, aceitá-lo ou retirá-lo no prazo fixado no item 12.1.1, ser-lhe-á aplicada multa de 5% (cinco por cento) do valor do contrato.

12.1.3. - Nesse caso, a Prefeitura Municipal de Araranguá poderá ainda, convocar as PROPONENTES remanescentes, na ordem de classificação, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições da proposta vencedora.

12.1.4. - O contrato decorrente desta licitação será formalizado por termo.

12.1.5. - No ato da assinatura da Ordem de Serviço, a empresa deverá indicar o preposto que representará a empresa no local dos trabalhos.

### **12.2 CONDIÇÕES CONTRATUAIS**

12.2.1 - Poderá haver alterações contratuais com acréscimos ou supressões que se fizerem necessárias à execução do objeto, até o limite de 25% (vinte e cinco), conforme permissão do parágrafo 1º, art. 65, da Lei Federal no. 8.666/93, e inclusive a possibilidade de prorrogação nos termos da lei, limitado a sua vigência a 60 (sessenta) meses.



### 13 - CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

13.1 - As faturas deverão ser emitidas contra o Município de Araranguá, no primeiro dia subsequente à comunicação do valor aprovado e terão vencimento até o 10º (décimo) dia do mês subsequente ao da prestação dos serviços, desde que devidamente aprovadas pela Secretaria de Comunicação do município;

13.2 - As faturas que apresentem incorreções serão devolvidas ao emitente, e seu vencimento ocorrerá 05 (cinco) dias após a data de sua reapresentação.

13.3 - O pagamento das faturas seguirá a estrita ordem cronológica das datas de suas exigibilidade.

13.3.1 - Quando, por relevantes razões de interesse público, ocorrer a necessidade de não atendimento ao previsto no subitem 13.3, a Contratada será informada da justificativa da Administração.

**13.4 - Os pagamentos serão efetuados através do crédito em conta corrente bancária da contratada e/ou diretamente para o veículo de comunicação contratado.**

**13.5 - Por ocasião da apresentação das faturas à Administração, para efeito de pagamento, a contratada deverá demonstrar e comprovar, necessariamente, através de documentação hábil, o atendimento e observância das obrigações trabalhistas e sociais do pessoal utilizado na execução do contrato, relativamente aos meses imediatamente anteriores.**

**13.6 - Os pagamentos serão realizados mediante comprovação dos pagamentos aos agenciados nos serviços executados na fatura anterior.**

### 13 - DAS IMPUGNAÇÕES E DOS RECURSOS

13.1. - Esclarecimentos sobre este Edital e seus anexos serão prestados pela Presidência da Comissão Especial de Licitação apenas mediante solicitação por escrito, feito pelo(s) representante(s) estatutário(s) ou legal(is) da licitante, através do protocolo central da Prefeitura Municipal de Araranguá ou através do email ([licitacao@ararangua.sc.gov.br](mailto:licitacao@ararangua.sc.gov.br)) com confirmação de recebimento ou correspondência com documento de entrega enviada ao endereço mencionado no preâmbulo deste Edital.

13.2. - O pedido deverá ser protocolado através de um dos meios expressos no item 13.1, sob pena de decadência, até 02 (dois) dias úteis antes da data do julgamento, devendo neste caso ser observado subsidiariamente a Lei Federal nº 8.666/93, artigo 41 e seus parágrafos.

13.3. - No caso de ausência da solicitação pressupõe-se que os elementos constantes deste Edital são suficientes, claros e precisos, não cabendo, portanto, posteriormente, qualquer reclamação.

13.4. - Antes de ser processada a licitação, a Comissão Especial de Licitação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa ou em consequência de solicitações de esclarecimentos, modificar este Edital e seus anexos, bem como adiar ou prorrogar o prazo para recebimento das propostas, devendo publicar aviso nos mesmos veículos nos quais foi publicado o Aviso da presente Tomada de Preços.

13.5. - Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos apenas por escrito, se possível pelas mesmas vias, ressalvado que será dado conhecimento das consultas e respostas a todas as empresas solicitantes.

13.6. - As respostas às consultas sobre o Edital, bem como as informações que se tornarem necessárias durante o período de elaboração das propostas, serão encaminhadas publicadas em forma de ADENDOS no site [www.ararangua.sc.gov.br](http://www.ararangua.sc.gov.br), junto ao edital.

13.7. - No caso de alteração do presente Edital, deverá a mesma ser publicada na forma prevista no art. 21, §4º da Lei n.º 8.666/93 e, se implicar na formulação das propostas, será aberta nova contagem do prazo original para entrega dos invólucros Proposta Técnica e Proposta de Preços.

#### **14 - DA EXECUÇÃO DO CONTRATO**

14.1. - O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas, cronograma de atividades e demais disposições legais, respondendo cada uma pelas consequências de seu inadimplemento ou descumprimento, total ou parcial.

14.2. - Os casos omissos serão resolvidos de acordo com as normas de regência do certame.

14.3. - Todo o material produzido pela licitante vencedora e de titularidade dela, pago pela contratante será de propriedade da Prefeitura Municipal de Araranguá, ficando sua utilização sujeita às determinações da legislação de direitos autorais.

14.4. - A empresa declarada vencedora será convidada a assinar o contrato cuja minuta faz parte integrante desta licitação (Anexo IV), o que deverá fazê-lo dentro de 03 (três) dias da convocação, na forma do Artigo 64 da Lei n.º 8.666/93, podendo ser o prazo prorrogado por igual período, se for o caso, sob pena de decair do direito a contratação e ser convocada a licitante classificada em 2º (segundo lugar), se convier à Administração, e assim sucessivamente.

14.5. - A Contratada fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem nos serviços em até 25% (vinte e cinco por cento) da quantidade inicialmente estimada.

#### **15 - DAS SANÇÕES**

15.1. - A recusa injustificada da licitante vencedora em assinar o Contrato decorrente desta licitação ou o não comparecimento da adjudicatária para assinar o contrato, no prazo e local estabelecidos pela Prefeitura Municipal de Araranguá, caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida, sujeitando-se à multa de 10% (dez por cento) sobre o valor total da obrigação, salvo os casos fortuito ou de força maior, sem prejuízo das penalidades previstas na Lei Federal n.º 8.666/93 e alterações.

15.2. - Esta multa, bem assim as demais sanções, não se aplicam às licitantes remanescentes, convocadas para assinatura do contrato, dentro das condições estabelecidas no item 14.4 do presente.

15.3 - Pelo descumprimento parcial ou total do contrato, à inadimplente serão aplicadas as seguintes sanções legais, a saber:

15.3.1 - Advertência por escrito, quando o contratado praticar irregularidade de pequena monta;

15.3.2. Multa administrativa no percentual de 0,5% (meio por cento), sobre o valor do item adjudicado, por dia de atraso nos serviços, a partir do primeiro dia útil da data fixada para a entrega dos serviços, limitada a 10%(dez por cento) do valor do mesmo;

15.3.3. - Suspensão temporária de participação em licitação, impedimento de contratar com a Prefeitura Municipal de Araranguá até o prazo de dois anos;

15.3.4. - Declaração de inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Municipal, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, na forma da lei, perante a própria autoridade que aplicou a penalidade;

15.3.5.- Por infração de qualquer outra cláusula contratual não prevista nos subitens anteriores, será aplicada multa de 10% (dez) por cento sobre o valor total do contrato corrigido e atualizado, cumulável com as demais sanções, inclusive rescisão contratuais, na verificação do descumprimento dos artigos 78 e seguintes da Lei n.º 8.666/93 e alterações.

15.4. - As penalidades previstas no item anterior não se aplicarão às licitantes remanescentes convocados em virtude da não aceitação da primeira colocada, ressalvado o caso de inadimplemento contratual, após a contratação de qualquer das empresas classificadas.

15.5. - As sanções de advertência e multa poderão, ainda, ser aplicadas nos seguintes casos:

a) descumprimento das determinações necessárias à regularização das faltas ou defeitos observados nos serviços licitados ou no fornecimento;

b) outras ocorrências que possam acarretar transtornos na execução do contrato, desde que não caiba aplicação de sanção mais grave.

15.6. - Quaisquer multas aplicadas deverão ser recolhidas à Tesouraria da Prefeitura Municipal de Araranguá dentro do prazo de 03 (três) dias úteis, após a respectiva notificação.

## **16 - DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

16.1. – As despesas decorrentes da contratação, objeto desta licitação, correrão a contas dos recursos específicos por conta das seguintes dotações orçamentárias:

01 – Gabinete do Prefeito

02 – Assessoria de Imprensa e Comunicação Social

2011 – Func. dos Serviços de Com. Social e Imprensa

3390.6100 – Aplicações Diretas

3390.3988 – Serviços de Publicidade e Propaganda

(Cod. Red. 170)

09 – Secretaria de Educação, Cultura e Esportes

03 – Departamento de Educação Infantil

2037 – Manutenção e Func. das Unidades de Educação Infantil

3390.6001 – Aplicações Diretas

3390.3988 – Serviços de Publicidade e Propaganda

(Cod. Red. 107)

07 - Secretaria Municipal de Saúde

01 – Fundo Municipal de Saúde

2056 – Bloco Gestão em Saúde

3390.6002 – Aplicações Diretas

3390.3988 – Serviços de Publicidade e Propaganda



(Cod. Red. 7)

08 - Secretaria de Assistência Social e Habitação

01 – Fundo Municipal de Assistência Social

2065 – Programa de Assistência Social a Família – CRAS

3390.6000 – Aplicações Diretas

3390.3988 – Serviços de Publicidade e Propaganda

(Cod. Red. 23)

**Os créditos correspondentes ao ano de 2023 serão elencados em compatibilidade no orçamento do referido ano.**

#### **17 - DO PRAZO DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS:**

17.1. - O prazo de execução dos serviços constantes deste Edital será de 12 (doze) meses, a contar da assinatura do Contrato, podendo ser prorrogado mediante Termo Aditivo, na forma prevista no art. 57, inciso II, da Lei 8.666/93, alterada pela Lei 9.648/98, a critério da Prefeitura Municipal, por iguais e sucessivos períodos, a critério da Administração.

17.2. – A (s) licitante (s) vencedora (s) ficará (ao) obrigada (s) a revisar o serviço que vier a ser recusado, sem nenhum ônus para a Municipalidade, sendo que o ato de recebimento não importará sua aceitação.

17.3. - Independentemente da aceitação, a adjudicatária garantirá a qualidade dos serviços obrigando-se a refazer aquele que estiver em desacordo com a proposta com o que for autorizado pela Prefeitura Municipal de Araranguá.

#### **18 - DOS PREÇOS E DO PAGAMENTO:**

18.1 - A Prefeitura Municipal de Araranguá poderá investir em publicidade, através da (s) agência (s) vencedora (s) desta licitação, até o valor máximo conforme abaixo, incluídos quaisquer custos, internos ou externos, honorários e outros.

ITEM	ESPECIFICAÇÃO	UNIDADE	VALOR MÁXIMO ADMITIDO (R\$)
1	PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, COMPREENDENDO PLANEJAMENTO, ESTUDO, PESQUISA, CRIAÇÃO, PRODUÇÃO, DISTRIBUIÇÃO DE MATERIAIS PUBLICITÁRIOS À VEICULAÇÃO E CONTROLE DE RESULTADOS DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS E INSTITUCIONAIS, QUE SEJAM DE INTERESSE DO <b>PREFEITURA MUNICIPAL DE ARARANGUÁ (INCLUINDO FAMA)</b> , CONFORME ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS MÍNIMAS DESCRITAS NO ANEXO I (BRIEFING I) DO PRESENTE EDITAL.	SERVIÇO	500.000,00
2	PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, COMPREENDENDO PLANEJAMENTO, ESTUDO, PESQUISA, CRIAÇÃO, PRODUÇÃO, DISTRIBUIÇÃO DE MATERIAIS PUBLICITÁRIOS À	SERVIÇO	150.000,00

	VEICULAÇÃO E CONTROLE DE RESULTADOS DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS E INSTITUCIONAIS, QUE SEJAM DE INTERESSE DO <b>SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE</b> , CONFORME ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS MÍNIMAS DESCRITAS NO ANEXO I (BRIEFING) DO PRESENTE EDITAL.		
3	PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, COMPREENDENDO PLANEJAMENTO, ESTUDO, PESQUISA, CRIAÇÃO, PRODUÇÃO, DISTRIBUIÇÃO DE MATERIAIS PUBLICITÁRIOS À VEICULAÇÃO E CONTROLE DE RESULTADOS DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS E INSTITUCIONAIS, QUE SEJAM DE INTERESSE DO <b>SECRETARIA MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL E HABITAÇÃO</b> , CONFORME ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS MÍNIMAS DESCRITAS NO ANEXO I (BRIEFING) DO PRESENTE EDITAL.	SERVIÇO	100.000,00

18.2. - As faturas deverão ser emitidas contra o Município de Araranguá, no primeiro dia subsequente à comunicação do valor aprovado e terão vencimento até o 10º (décimo) dia do mês subsequente ao da prestação dos serviços, desde que devidamente aprovadas pela Secretaria de Comunicação do município de Araranguá;

18.3. - Para efeito de processamento dos pagamentos devido à Contratada (s), a Contratante exigirá apresentação de documentação fiscal própria emitida pela Contratada, acompanhada de cópias das faturas de terceiros em geral e respectivos comprovantes de pagamentos, emitidos em nome da Prefeitura Municipal de Araranguá, como também dos demonstrativos de despesas (Resumo de Custo) e respectivos comprovantes referentes à produção.

#### 19 - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

19.1. - O acolhimento para exame das propostas e a sua classificação não gera direito adquirido ao autor de qualquer delas na adjudicação do serviço que constitua o seu objeto.

19.2. - O não comparecimento de quaisquer dos participantes na reunião em que serão recebidos os invólucros de Proposta Técnica, de Proposta de Preços e de habilitação não impedirá que ela se realize, não cabendo ao ausente direito de reclamação de qualquer natureza.

19.3. - O Prefeito Municipal de Araranguá poderá, até a homologação do procedimento, revogar a presente licitação, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente, devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta, sem direito a indenização ou ressarcimento às licitantes, ou ainda, proceder a anulação da mesma quando incidir ilegalidade no procedimento licitatório, mediante despacho fundamentado.

19.4. - Os recursos referentes a esta licitação, deverão ser interpostos dentro do prazo constante no art. 109, da Lei Federal 8.666/93.

19.5. - Não será permitida que a proponente faça retificações e cancelamentos de preços ou alterações nas condições estipuladas, uma vez entregues as propostas.

19.6. - Após a homologação e adjudicação desta licitação, não será permitido à licitante declarada vencedora, o direito de cancelamento da proposta ou rescindir o contrato correspondente, ficando a mesma sujeita às penalidades previstas neste Edital, concomitantemente às demais normas previstas na legislação pertinente.

19.7. - A(s) dúvida(s) que surgir(em) em qualquer fase do procedimento licitatório, serão dirimidas pela Comissão Especial de Licitação, observados os preceitos legais pertinentes. É facultada à Comissão Especial de Licitação ou autoridade superior, em qualquer fase deste certame, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnica e de Preços ou dos Documentos de Habilitação.

19.8. - Para fins dessa TOMADA DE PREÇOS, os Briefings (Anexo I) atende às exigências do projeto básico a que se refere o art. 11 da Lei Federal nº8.666/93 e posteriores alterações.

19.9. - Caso não haja expediente na Prefeitura, no dia fixado para recebimento e abertura dos invólucros de Proposta Técnica, Proposta de Preços e habilitação, fica automaticamente transferida a data, para o primeiro dia útil subsequente.

19.10. - Só terão direito de usar da palavra, rubricar as documentações e as propostas, apresentar reclamações ou recursos e assinar a ata, representantes legais dos concorrentes habilitados para o ato, os membros da Comissão Especial de Licitação e da Subcomissão Técnica, para os atos que lhe estão afetos.

19.11. Os serviços especializados, relacionados com as atividades complementares da execução do objeto, nos termos do §1º, do art. 2º da Lei n.º 12.232/10, deverão ser contratados dentro das regras previstas no art. 14 e parágrafos, da supra mencionada Lei.

19.12. Todas as informações sobre a execução do contrato, com a indicação dos nomes dos fornecedores e veículos, serão divulgadas em site que a Prefeitura Municipal de Araranguá/SC, abrirá na Internet, garantindo livre acesso a qualquer interessado.

19.13. - Complementam este Edital os seguintes anexos:

Anexo I - Briefings

Anexo II - Proposta de Preços

Anexo III - Tabela referencial de preços de serviços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Santa Catarina – SINAPRO/SC

Anexo IV - Minuta de Contrato

Anexo V - Planilha individual de avaliação da Proposta Técnica

Anexo VI - Planilha geral de avaliação da Proposta Técnica

Anexo VII – Planilha individual de avaliação da Proposta de Preços

Anexo VIII – Planilha Geral de avaliação da Proposta de Preços

Anexo IX - Declaração - Não emprega menor

Anexo X - Declaração - Não há impedimento legal para participar de licitação

Anexo XI - Declaração - Inexistem fatos supervenientes

Anexo XII - Declaração - Direitos de Autor

Araranguá, 27 de Abril de 2022.

Cesar Antonio Cesa

Prefeito Municipal



## ANEXO I

### BRIEFING I (CORRESPONDENTE AO ITEM 1)

#### 1 - HISTÓRICO

Conhecida como a "Cidade das Avenidas", Araranguá pertence à Microrregião do Extremo Sul Catarinense e segundo estimativas do IBGE, em 2017 sua população era de 67.110 habitantes, fazendo da cidade terceira mais populosa da mesorregião Sul Catarinense e a mais populosa da microrregião que carrega o nome da cidade área total da cidade é de 303,91 km<sup>2</sup>. Estamos hoje figurando entre as vinte maiores cidades do estado e a décima sexta em geração de emprego com carteira assinada.

A cidade é banhada pelo Rio Araranguá, e se divide em duas áreas distintas: o centro e suas proximidades, com largas avenidas, comércio intenso; o litoral, dotado de natureza privilegiada, conhecido por suas belezas naturais. Encontra-se geograficamente localizada entre 2 capitais: Florianópolis-SC e Porto Alegre - RS, a uma distância média de 200 km de cada capital.

Sua atividade econômica é destacada pelo turismo, hotelaria, forte comércio e agricultura em destaque na produção de arroz irrigado, fumo, milho, entre outras culturas. Além disso, registra-se a vocação industrial, com destaque, por exemplo, para a exportação de mel. Como ponto turístico e grande atrativo de turistas, o Balneário Morro dos Conventos e Balneário de Ilhas, que se apresentam com exuberância e vivacidade, com dunas, furnas e a foz do Rio Araranguá que se encontra com oceano. Este ambiente de natureza privilegiada atrai também praticantes de esportes como o vôo livre.

Este cenário, com um importante penhasco, abriga ainda o farol da Marinha e um mirante que atrai grande quantidade de turistas para visitação.

Além da vocação turística, Araranguá vem se tornando um grande **Pólo Educacional** desde a chegada do Instituto Federal de Santa Catarina - IFSC e da Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, que contempla um curso de medicina. Mais recentemente a cidade recebeu um investimento imobiliário com a criação da cidade universitária com o campi da UNISUL, além da chegada da UNESCO e também é sede do Instituto MIX, maior empresa de cursos profissionalizantes do país. Sendo assim, hoje pode-se estudar em Araranguá desde o ensino infantil até a formação e qualificação profissional e graduação, sem precisar deixar a cidade em busca de educação de qualidade.

Araranguá também está inserida na região Caminho dos Cânions que está próximo de receber o título de Geoparque pela UNESCO e isso colocará a cidade na rota do turismo mundial.

Para acompanhar todo este desenvolvimento, a administração municipal vem investindo forte em obras estruturantes em todas as partes da cidade.

#### 2 - INTRODUÇÃO

A atividade governamental do Município de Araranguá é regida pelos princípios de total transparência e legalidade de seus atos. Neste sentido, as ações de comunicação, publicidade da administração municipal deverão ter caráter legal, educativo, informativo, de orientação e mobilização social, em respeito ao disposto no art. 37, § 1º da Constituição Federal, perseguindo a meta de eficiência e racionalidade para melhorar e aplicar os recursos, com permanente sistemática avaliação dos resultados.

Deste modo, para atender de modo adequado às necessidades do Município de Araranguá, os serviços de comunicação e publicidade em epigrafe deverão obedecer sempre ao princípio constitucional supra apontado e, deste modo, adotar sempre como linha de atuação específica um dos seguintes aspectos: publicidade de utilidade pública e institucional: informações e serviços à comunidade; comunicação relevante e de defesa da cidadania; de projetos de mobilização social, divulgação de ações e projetos especiais de interesse público.

Estas são, em resumo, as características principais da prestação de serviços a serem desempenhadas pela agência de publicidade quando atender ao Município de Araranguá: observar sempre a necessidade de obediência aos princípios legais que norteiam a atividade administrativa, a qual é desempenhada no intuito de atender ao interesse público, primordialmente, bem como deve ser respeitado o objetivo de educar, orientar e difundir a sociedade araranguaense, quanto às realizações, ao planejamento estratégico e às metas de governo, que serão objeto de implementação.

Assim sendo, pode-se concluir que a comunicação do Município de Araranguá atende ao princípio constitucional da publicidade e visa, principalmente, divulgar ações, programas, obras, direitos e serviços colocados à disposição dos cidadãos.

### 3 - CARACTERIZAÇÃO

São serviços de publicidade, para fins deste briefing, aqueles com conteúdo informativo, educativo ou de orientação social, destinados a informar o público, promover divulgação de serviços de publicidade institucional ou promocional de ações, ou serviços prestados pelo município à população, através dos diversos meios de comunicação, redes sociais, bem como o planejamento, concepção, execução, de acordo com a política de comunicação adotada pela administração municipal.

A comunicação do poder executivo municipal baseia-se no princípio de que é direito da população ser informada e é dever da administração informar. Essa comunicação deve vincular-se a objetivos sociais de interesse público e sempre assumir caráter educativo, informativo ou de orientação social. É por meio da comunicação do poder executivo que as pessoas são informadas dos seus direitos e deveres, das ações da prefeitura e dos benefícios dessas ações. Nesse sentido, a comunicação cumpre importante função institucional de fortalecer a cidadania.

A Administração Municipal de Araranguá objetiva, desta forma, fazer alcançar uma mesma linguagem para toda população no que diz respeito às suas ações.

Isso pode ser resumido assim:

- estreitamento das relações da sociedade com a Administração Municipal, incremento à arrecadação de tributos municipais;
- estabelecimento de campanhas educativas e informativas;
- transparência nas informações administrativas inclusive no tocante a números e orçamento: facilitação à compreensão de medidas político-administrativas;
- despertar o cidadão ao engajamento sociocomunitário, socioeconômico e sócioadministrativo;
- atração de investimentos para o território municipal e sua economia;
- divulgação do município, suas riquezas, potencialidade, sua gente.

### 4 - CONTEÚDO

Divulgar, motivar e mobilizar a população com informações precisas, objetivas, elucidativas e educativas a respeito de ações do Poder Executivo Municipal.

### 5 - PRODUÇÃO E MÍDIA

A dotação disponível para este processo licitatório deverá ser aplicada, no que tange as despesas de produção e veiculação, conforme as necessidades do cliente de produção e veiculação, estando nela incluídos os valores de remuneração legal da agência de propaganda que vier a ser contratada. As estratégias de mídia deverão sempre buscar a melhor cobertura e o alcance do público específico, otimizando, ao máximo, os recursos disponíveis levando sempre em conta sua limitação e a realidade socioeconômica da Administração Municipal.

### 6 - TEMA: ARARANGUÁ: UM NOVO MOMENTO PARA UM NOVO FUTURO.

### 7 - OBJETIVO DA CAMPANHA

Atuar de forma intensa para suscitar na sociedade a compreensão que Araranguá vem passando por uma grande transformação na sua urbanidade com projeto de obras estruturantes que mudarão a mobilidade e a qualidade de vida dos cidadãos, preparando-nos para .

Somente no ano de 2021 foram aplicados R\$ 17 Milhões de Reais em pavimentações com asfalto e lajotas, e mais de R\$ 20 Milhões de obras encaminhadas para licitação no ano 2022.

Destaca-se neste sentido, a reforma do Hospital Bom Pastor, reforma da Ponte Pênsil do bairro Barranca, pavimentação das Rod ARA 224 - Luz Emídio Copetti e ARA 254 – Vereador Arnaldo Copetti, a tão sonhada construção da ponte que liga o Distrito de Hercílio Luz e Morro dos Conventos, pavimentação asfáltica da ARA 240 – Rua Higínio do Canto, ciclovia na ARA 227, revitalização da Rua IracyLuchina, finalização e ampliação das obras da Arena Esportiva Municipal, revitalização do Ginásio João Mario Canella, finalização e ampliação das obras do Centro Multiuso, revitalização da Praça Hercílio Luz e a emblemática reforma e ampliação do Calçadão de Araranguá.

Sendo assim, o desafio de comunicação consistirá em demonstrar que os grandes investimentos em obras e urbanismo realizados pela administração municipal e as possibilidades que estes investimentos abrem no desenvolvimento através da educação desde o ensino infantil até a graduação.

#### 8 - VERBA DISPONÍVEL

O Valor da Verba será de R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais) para a Campanha Simulada nele deverão estar incluídos: Instruções relativas à simulação de campanha publicitária, que deve atender para as seguintes observações:

• Para o cálculo da distribuição dos custos de produção e veiculação da campanha simulada licitante utilizará os seguintes critérios:

- Custos de criação;
- Custos de produção;
- Custos de veiculação;
- Custos de remuneração legal da licitante;

a) Na formulação deste quesito - campanha simulada, as concorrentes deverão obrigatoriamente utilizar-se dos valores da Tabela Referencial de Preços vigente do SINAPRO/SC;

b) Na simulação de mídia a proponente deve considerar os valores reais das tabelas de preço dos veículos de comunicação, não sendo necessário anexá-las à proposta técnica;

c) A veiculação ou não da campanha simulada vencedora ficará a critério da Prefeitura Municipal de Araranguá.

d) Será desclassificada a proposta que consignar preços manifestadamente inexequíveis ou antieconômicos.

e) Período de veiculação das campanhas simuladas deverá ser de 30 (trinta) dias.

#### 9 - RECOMENDAÇÕES

Recomenda-se a agência vencedora deste processo licitatório priorizar a utilização de recursos humanos, materiais e empresariais disponíveis no município de Araranguá/SC.



## BRIEFING II (CORRESPONDENTE AO ITEM 2)

### 1-HISTÓRICO

Conhecida como a "Cidade das Avenidas", Araranguá pertence à Microrregião do Extremo Sul Catarinense e segundo estimativas do IBGE, em 2017 sua população era de 67.110 habitantes, fazendo da cidade terceira mais populosa da mesorregião Sul Catarinense e a mais populosa da microrregião que carrega o nome da cidade área total da cidade é de 303,91 km<sup>2</sup>.

A cidade é banhada pelo Rio Araranguá, e se divide em duas áreas distintas: o centro e suas proximidades, com largas avenidas, comércio intenso; o litoral, dotado de natureza privilegiada, conhecido por suas belezas naturais. Encontra-se geograficamente localizada entre 2 capitais: Florianópolis-SC e Porto Alegre - RS, a uma distância média de 200 km de cada capital.

Sua atividade econômica é destacada pelo turismo, hotelaria, forte comércio e agricultura em destaque na produção de arroz irrigado, fumo, milho, entre outras culturas. Além disso, registra-se a vocação industrial, com destaque, por exemplo, para a exportação de mel. Como ponto turístico e grande atrativo de turistas, o Balneário Morro dos Conventos e Balneário

Ilhas, que se apresentam exuberantes, com dunas, furnas e a foz do Rio Araranguá que se encontra com oceano. Este ambiente de natureza privilegiada atrai também praticantes de esportes como o vôo livre.

Este cenário, com um importante penhasco, abriga ainda o farol da Marinha e um mirante que atrai grande quantidade de turistas para visitação.

Além da vocação turística, Araranguá se vem se tornando um grande **Pólo Educacional** desde a chegada do Instituto Federal de Santa Catarina - IFSC e da Universidade Federal de Santa Catarina- UFSC, que contempla cursos de Fisioterapia e de Medicina. Mais recentemente, a cidade recebeu um investimento imobiliário com a criação da cidade universitária com o campi da UNISUL, além da chegada da UNESC e também é sede do Instituto MIX, maior empresa de cursos profissionalizantes do país e da FVA – Faculdade do Vale do Araranguá.

### 2-INTRODUÇÃO

A atividade governamental do Município de Araranguá é regida pelos princípios de total transparência e legalidade de seus atos. Neste sentido, as ações de comunicação, publicidade da administração municipal deverão ter caráter legal, educativo, informativo, de orientação e mobilização social, em respeito ao disposto no art. 37, § 1º da Constituição Federal, perseguindo a meta de eficiência e racionalidade para melhorar e aplicar os recursos, com permanente sistemática avaliação dos resultados.

Deste modo, para atender de modo adequado às necessidades do Município de Araranguá, os serviços de comunicação e publicidade em epigrafe deverão obedecer sempre ao princípio constitucional supra apontado e, deste modo, adotar sempre como linha de atuação específica um dos seguintes aspectos: publicidade de utilidade pública e institucional: informações e serviços à comunidade; comunicação relevante e de defesa da cidadania; de projetos de mobilização social, divulgação de ações e projetos especiais de interesse público.

Estas são, em resumo, as características principais da prestação de serviços a serem desempenhadas pela agência de publicidade quando atender ao Município de Araranguá: observar sempre a necessidade de obediência aos princípios legais que norteiam a atividade administrativa, a qual é desempenhada no intuito de atender ao interesse público, primordialmente, bem como deve ser respeitado o objetivo de educar, orientar e difundir a sociedade araranguaense, quanto às realizações, ao planejamento estratégico e às metas de governo, que serão objeto de implementação.

Assim sendo, pode-se concluir que a comunicação do Município de Araranguá atende ao princípio constitucional da publicidade e visa, principalmente, divulgar ações, programas, obras, direitos e serviços colocados à disposição dos cidadãos.

### 3-CARACTERIZAÇÃO

São serviços de publicidade, para fins deste briefing, aqueles com conteúdo informativo, educativo ou de orientação social, destinados a informar o público, promover divulgação de serviços de publicidade institucional ou promocional de ações, ou serviços prestados pelo município à população, através dos diversos meios de comunicação, redes sociais, bem como o planejamento, concepção, execução, de acordo com a política de comunicação adotada pela administração municipal.

A comunicação do poder executivo municipal baseia-se no princípio de que é direito da população ser informada e é dever da administração informar. Essa comunicação deve vincular-se a objetivos sociais de interesse público e sempre assumir caráter educativo, informativo ou de orientação social. É por meio da comunicação do poder executivo que as pessoas são informadas dos seus direitos e deveres, das ações da prefeitura e dos benefícios dessas ações. Nesse sentido, a comunicação cumpre importante função institucional de fortalecer a cidadania.

A Administração Municipal de Araranguá objetiva, desta forma, fazer alcançar uma mesma linguagem para toda população no que diz respeito às suas ações.

Isso pode ser resumido assim:

- estreitamento das relações da sociedade com a Administração Municipal, incremento à arrecadação de tributos municipais;
- estabelecimento de campanhas educativas e informativas;
- transparência nas informações administrativas inclusive no tocante a números e orçamento: facilitação à compreensão de medidas político-administrativas;
- despertar o cidadão ao engajamento sociocomunitário, socioeconômico e sócioadministrativo;
- atração de investimentos para o território municipal e sua economia;
- divulgação do município, suas riquezas, potencialidade, sua gente.

### 4-CONTEÚDO

Divulgar, motivar e mobilizar a população com informações precisas, objetivas, elucidativas e educativas a respeito de ações do Poder Executivo Municipal.

### 5-PRODUÇÃO E MÍDIA

A dotação disponível para este processo licitatório deverá ser aplicada, no que tange as despesas de produção e veiculação, conforme as necessidades do cliente de produção e veiculação, estando nela incluídos os valores de remuneração legal da agência de propaganda que vier a ser contratada. As estratégias de mídia deverão sempre buscar a melhor cobertura e o alcance do público específico, otimizando, ao máximo, os recursos disponíveis levando sempre em conta sua limitação e a realidade socioeconômica da Administração Municipal.

### 6 - TEMA:REVITALIZAÇÃO DO HOPITAL BOM PASTOR, CUIDAR DA SAÚDE DOS ARARANGUAENSES É NOSSA PRIORIDADE.

#### 7 - OBJETIVO DA CAMPANHA

A Secretaria Municipal de Saúde de Araranguá nos últimos 15 meses vem reestruturando a assistência em saúde que presta à população araranguaense, sobre tudo passando por um período de pandemia.

Neste período, iniciou e segue realizando construções e reformas de Unidades Básicas de Saúde como a nova UBS do Morro dos Conventos, da implantação do Centro de Reabilitação Pós Covid, e já projeta a ampla revitalização do posto central conhecido como "Hospital Bom Pastor".

Outra ação importante da Secretaria de Saúde foi a realização de mutirão de exames que teve o intuito de zerar as filas de exames represados de anos anteriores.

Podemos destacar que neste período já foram realizados:

- Mais de 442 mil atendimentos e procedimentos na Atenção Básica
- Mais de 35 mil atendimentos odontológicos
- Mais de 830 mil exames entre laboratoriais e de imagem
- Mais de 11 mil Atendimento da Saúde da Mulher
- Mais de 4 mil atendimentos na Clínica de Fisioterapia
- Mais de 7 mil atendimentos do CAPS
- Vacinação Covid e outras doenças virais
- Distribuição de kits de lanchas para paciente em tratamento fora do município
- Aquisição de 2 novas Ambulância

Assim, o desafio de comunicação para a campanha a ser desenvolvida, terá como objetivo evidenciar as ações da Secretaria de Saúde e sobretudo enaltecer as obras de reforma do Hospital Bom Pastor. As melhorias que esta obra trará para o atendimento à população bem como do resgate da autoestima do cidadão em ver um prédio público histórico sendo revitalizado, proporcionando melhor e mais ágil atendimento de saúde a população.

#### 8 - VERBA DISPONÍVEL

O Valor da Verba será de R\$ 40.000,00 (quarenta mil reais) para a Campanha Simulada nele deverão estar incluídos: Instruções relativas à simulação de campanha publicitária, que deve atender para as seguintes observações:

• Para o cálculo da distribuição dos custos de produção e veiculação da campanha simulada licitante utilizará os seguintes critérios:

- Custos de criação;
- Custos de produção;
- Custos de veiculação;
- Custos de remuneração legal da licitante;

a) Na formulação deste quesito - campanha simulada, as concorrentes deverão obrigatoriamente utilizar-se dos valores da Tabela Referencial de Preços vigente do SINAPRO/SC;

b) Na simulação de mídia a proponente deve considerar os valores reais das tabelas de preço dos veículos de comunicação, não sendo necessário anexá-las à proposta técnica;

c) A veiculação ou não da campanha simulada vencedora ficará a critério da Prefeitura Municipal de Araranguá.

d) Será desclassificada a proposta que consignar preços manifestadamente inexequíveis ou antieconômicos.

e) Período de veiculação das campanhas simuladas deverá ser de 30 (trinta) dias.

#### 9- RECOMENDAÇÕES

Recomenda-se a agência vencedora deste processo licitatório priorizar a utilização de recursos humanos, materiais e empresariais disponíveis no município de Araranguá/SC.



### BRIEFING III (CORRESPONDENTE AO ITEM 3)

#### 1 - HISTÓRICO

Conhecida como a "Cidade das Avenidas", Araranguá pertence à Microrregião do Extremo Sul Catarinense e segundo estimativas do IBGE, em 2017 sua população era de 67.110 habitantes, fazendo da cidade terceira mais populosa da mesorregião Sul Catarinense e a mais populosa da microrregião que carrega o nome da cidade área total da cidade é de 303,91 km<sup>2</sup>.

A cidade é banhada pelo Rio Araranguá, e se divide em duas áreas distintas: o centro e suas proximidades, com largas avenidas, comércio intenso; o litoral, dotado de natureza privilegiada, conhecido por suas belezas naturais. Encontra-se geograficamente localizada entre 2 capitais: Florianópolis-SC e Porto Alegre - RS, a uma distância média de 200 km de cada capital.

Sua atividade econômica é destacada pelo turismo, hotelaria, forte comércio e agricultura em destaque na produção de arroz irrigado, fumo, milho, entre outras culturas. Além disso, registra-se a vocação industrial, com destaque, por exemplo, para a exportação de mel. Como ponto turístico e grande atrativo de turistas, o Balneário Morro dos Conventos e Balneário

Ilhas, que se apresentam exuberantes, com dunas, furnas e a foz do Rio Araranguá que se encontra com oceano. Este ambiente de natureza privilegiada atrai também praticantes de esportes como o vôo livre.

Este cenário, com um importante penhasco, abriga ainda o farol da Marinha e um mirante que atrai grande quantidade de turistas para visitação.

Além da vocação turística, Araranguá se vem se tornando um grande **Pólo Educacional** desde a chegada do Instituto Federal de Santa Catarina - IFSC e da Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, que contempla um curso de medicina. Mais recentemente a cidade recebeu um investimento imobiliário com a criação da cidade universitária com o campi da UNISUL, além da chegada da UNESCO e também é sede do Instituto MIX, maior empresa de cursos profissionalizantes do país bem como da FVA – Faculdade do Vale do Araranguá. Sendo assim, hoje pode-se estudar em Araranguá desde o ensino infantil até a formação e qualificação profissional e graduação, sem precisar deixar a cidade em busca de educação de qualidade.

#### 2 - INTRODUÇÃO

A atividade governamental do Município de Araranguá é regida pelos princípios de total transparência e legalidade de seus atos. Neste sentido, as ações de comunicação, publicidade da administração municipal deverão ter caráter legal, educativo, informativo, de orientação e mobilização social, em respeito ao disposto no art. 37, § 1º da Constituição Federal, perseguindo a meta de eficiência e racionalidade para melhorar e aplicar os recursos, com permanente sistemática avaliação dos resultados.

Deste modo, para atender de modo adequado às necessidades do Município de Araranguá, os serviços de comunicação e publicidade em epigrafe deverão obedecer sempre ao princípio constitucional supra apontado e, deste modo, adotar sempre como linha de atuação específica um dos seguintes aspectos: publicidade de utilidade pública e institucional: informações e serviços à comunidade; comunicação relevante e de defesa da cidadania; de projetos de mobilização social, divulgação de ações e projetos especiais de interesse público.

Estas são, em resumo, as características principais da prestação de serviços a serem desempenhadas pela agência de publicidade quando atender ao Município de Araranguá: observar sempre a necessidade de obediência aos princípios legais que norteiam a atividade administrativa, a qual é desempenhada no intuito de atender ao interesse público, primordialmente, bem como deve ser respeitado o objetivo de educar, orientar e difundir a sociedade araranguense, quanto às realizações, ao planejamento estratégico e às metas de governo, que serão objeto de implementação.

Assim sendo, pode-se concluir que a comunicação do Município de Araranguá atende ao princípio constitucional da publicidade e visa, principalmente, divulgar ações, programas, obras, direitos e serviços colocados à disposição dos cidadãos.

### 3 - CARACTERIZAÇÃO

São serviços de publicidade, para fins deste briefing, aqueles com conteúdo informativo, educativo ou de orientação social, destinados a informar o público, promover divulgação de serviços de publicidade institucional ou promocional de ações, ou serviços prestados pelo município à população, através dos diversos meios de comunicação, redes sociais, bem como o planejamento, concepção, execução, de acordo com a política de comunicação adotada pela administração municipal.

A comunicação do poder executivo municipal baseia-se no princípio de que é direito da população ser informada e é dever da administração informar. Essa comunicação deve vincular-se a objetivos sociais de interesse público e sempre assumir caráter educativo, informativo ou de orientação social. É por meio da comunicação do poder executivo que as pessoas são informadas dos seus direitos e deveres, das ações da prefeitura e dos benefícios dessas ações. Nesse sentido, a comunicação cumpre importante função institucional de fortalecer a cidadania.

A Administração Municipal de Araranguá objetiva, desta forma, fazer alcançar uma mesma linguagem para toda população no que diz respeito às suas ações.

Isso pode ser resumido assim:

- estreitamento das relações da sociedade com a Administração Municipal, incremento à arrecadação de tributos municipais;
- estabelecimento de campanhas educativas e informativas;
- transparência nas informações administrativas inclusive no tocante a números e orçamento: facilitação à compreensão de medidas político-administrativas;
- despertar o cidadão ao engajamento sócio comunitário, socioeconômico e sócio administrativo;
- atração de investimentos para o território municipal e sua economia;
- divulgação do município, suas riquezas, potencialidade, sua gente.

### 4 - CONTEÚDO

Divulgar, motivar e mobilizar a população com informações precisas, objetivas, elucidativas e educativas a respeito de ações do Poder Executivo Municipal.

### 5 - PRODUÇÃO E MÍDIA

A dotação disponível para este processo licitatório deverá ser aplicada, no que tange as despesas de produção e veiculação, conforme as necessidades do cliente de produção e veiculação, estando nela incluídos os valores de remuneração legal da agência de propaganda que vier a ser contratada. As estratégias de mídia deverão sempre buscar a melhor cobertura e o alcance do público específico, otimizando, ao máximo, os recursos disponíveis levando sempre em conta sua limitação e a realidade socioeconômica da Administração Municipal.

### 6 - TEMA: IGUALDADE SOCIAL: ACOLHIMENTO, EMPREGO E OPORTUNIDADE PARA TODOS.

### 7 - OBJETIVO DA CAMPANHA

A Secretaria Municipal de Assistência Social e Habitação de Araranguá atua de forma intensa para promover a justiça e igualdade social, assim como desenvolve e coordena campanhas e programas federais, como por exemplo: o Cadastro Único, o CRAS, o CREAS, bem como os projetos e programas habitacionais tanto federais como estaduais.

Além destas ações, a Secretaria de Assistência Social e Habitação de Araranguá, promoveu eventos de inclusão como o 1ª Ação Integrada Social, que disponibilizou atendimento gratuito de testes de glicemia, encaminhamentos de exames de mamografia, proporcionou entrevistas de emprego, cortes de cabelo entre outras ações.

Outra ação importante e inédita realizada pela Secretaria foi o 1º Cerimonial Público de Casamento Coletivo quando 30 casais firmaram civilmente sua união matrimonial e assim consequentemente puderam ter acesso a programas sociais que antes eram impedidos por não ter o registro de casamento.

No último levantamento de dezembro de 2021 a Secretaria de Assistência Social tinha cadastrado e presta atendimento:

- 3.941 cadastros no CREAS - Centro de Referência Especializado de Assistência Social
- 1.006 cadastros no PAIF - Serviço de Proteção Atendimento Integral a Família
- 6.990 cadastros no CRAS - **Centro de Referência da Assistência Social**
- (SUAS) - Sistema Único de Assistência Social
- Implementação do Projeto Caminho Certo que qualifica jovens para o mercado de trabalho
- Casamento Comunitário
- Projeto Envelhecendo com Saúde em Parceria com a UFSC
- Lan House Social
- Clube de Mães
- Caravana do Emprego, em parceria com o SINE.

Sendo assim, o desafio de comunicação consistirá em criar uma campanha publicitária para divulgar e demonstrar a população que o município através da Secretaria de Assistência Social e Habitação, possui programas projetos e ações de acolhimento as pessoas em situação de vulnerabilidade de acordo com a necessidade de cada caso, além dos projetos de inserção de araranguenses no mercado de trabalho.

Assim, demonstrar que cuidar da cidade é cuidar das pessoas que nela vive sobretudo dos mais necessitados.

#### 8 - VERBA DISPONÍVEL

O Valor da Verba será de R\$ 30.000,00 (trinta mil reais) para a Campanha Simulada nele deverão estar incluídos: Instruções relativas à simulação de campanha publicitária, que deve atender para as seguintes observações:

• Para o cálculo da distribuição dos custos de produção e veiculação da campanha simulada licitante utilizará os seguintes critérios:

- Custos de criação;
- Custos de produção;
- Custos de veiculação;
- Custos de remuneração legal da licitante;

a) Na formulação deste quesito - campanha simulada, as concorrentes deverão obrigatoriamente utilizar-se dos valores da Tabela Referencial de Preços vigente do SINAPRO/SC;

b) Na simulação de mídia a proponente deve considerar os valores reais das tabelas de preço dos veículos de comunicação, não sendo necessário anexá-las à proposta técnica;

c) A veiculação ou não da campanha simulada vencedora ficará a critério da Prefeitura Municipal de Araranguá.

d) Será desclassificada a proposta que consignar preços manifestadamente inexequíveis ou antieconômicos.

e) Período de veiculação das campanhas simuladas deverá ser de 30 (trinta) dias.



## 9 - RECOMENDAÇÕES

Recomenda-se a agencia vencedora deste processo licitatório priorizar a utilização de recursos humanos, materiais e empresariais disponíveis no município de Araranguá/SC.

**ANEXO II - PROPOSTA DE PREÇOS**

**MODELO SUGERIDO DE PROPOSTA DE PREÇOS**

À

Comissão Especial de Licitação do Município de Araranguá

TOMADA DE PREÇOS - Edital nº79/2022

Nesta.

A empresa (*razão social da licitante*) \_\_\_\_\_, sediada à \_\_\_\_\_ (*endereço completo*), com Inscrição Estadual nº \_\_\_\_\_, inscrita no CNPJ sob o nº \_\_\_\_\_, tendo recebido todos os documentos e informações necessárias para o cumprimento integral das obrigações do objeto da presente licitação, que trata da \_\_\_\_\_ (*especificar o objeto*), após cuidadoso exame e estudo do Edital e seus anexos, e estando de acordo com seus termos e com a legislação nele indicada, vimos apresentar a nossa proposta conforme segue.

Declaramos que, na vigência do contrato oriundo do procedimento licitatório em epígrafe, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

- a) Desconto de \_\_\_\_% (.....) sobre os custos internos baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Santa Catarina – SINAPRO/SC), estabelecendo portanto em \_\_\_\_% (\_\_\_\_) nossa remuneração;
- b) Honorários de \_\_\_\_% (.....), relativos e pertinentes {a supervisão de produção externa incidente sobre os custos de serviços e suprimentos externos de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais contratados com fornecedores};
- Obrigamo-nos, caso nos seja adjudicado o objeto da licitação em causa, a comparecer na data, horário e local estabelecidos pela Comissão Permanente de Licitação, para proceder à assinatura do Contrato.

Atenciosamente,

(Local e Data).....

(a).....

(representante legal da empresa)

CARIMBO DO CNPJ/MF

**OBS.:** O percentual de desconto a ser oferecido pela licitante incidirá sobre os custos internos de criação e montagem, apurados em relação aos previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Santa Catarina – Sinapro/SC

**ANEXO III**

**Sindicato das Agências de Propaganda do**

**Estado de Santa Catarina**

**TABELA DE CUSTOS REFERENCIAIS PARA**

**SERVIÇOS DE PUBLICIDADE (CUSTOS INTERNOS)**

**VIGENTE EM 2022**

**TABELA EM R\$**

Planejamentos:			
			Total
Planejamento de Ações Promocionais			
Planejamento de Comunicação			
Planejamento de Evento			
Planejamento de Marketing			
Planejamento de Mídia			
Materiais Institucionais:			
Peça	Criação	Finalização	Total
Cartaz Institucional			
Identificação Coop.Externa -Fachada			
Frota (1 veículo)			
Logomarca Institucional			
Logotipo Institucional			
Manual de Identidade Visual (p/página)			
Newsletter/House Organs(p/ página)			
Nome			
Papelaria: composta por 6 peças			
Papel de embrulho/Presente			



Portifólio (por página)			
Reformulação de logomarca/logotipo			
Relatório de Diretoria (por página)			
Slogan			
Totem			
Etiqueta			
Mídia Eletrônica:			
Spot até 60"			
Jingle até 60"			
Filme / VT até 30"			
Filme / VT até 60"			
Filme / VT Ofertas			
DVD			
Áudio Visual / Documentário:			
Por minuto			
Assinatura / Vinheta Eletrônica			
Story board (por quadro)			
Texto Foguete			

OBS.: Nos valores acima, não estão inclusos: locação de produtora, edição, áudio, locução, trilha, direção, iluminação, efeitos especiais, cachês, cachês extras de compositores, intérpretes, arranjos, músicos ou técnicos especialmente convidados, produção, locações externas, figurinos, maquiagens, cópias de fitas, despesas com remessa de materiais e despesas operacionais.

Mídia Impressa - Jornal ou Revista:			
Tamanho	Criação	Finalização	Total
Página Dupla			
01 Página			
Acima de 1/4 até 1/2 de Página			
Acima de 1/8 até 1/4 de Página			

Até 1/8 de Página			
Balanço:			
Mais 100% sobre o valor de finalização.			
Embalagens:			
Peça	Criação	Finalização	Total
Adaptação de Embalagem			
Berço			
Bula			
Caixa de Embarque			
Caixa de Display			
Cartela			
Cartela com Saco			
Embalagem			
Embalagem Amostra Grátis			
Embalagem Blister			
Embalagem Promocional			
Mock-up			
Rótulo			
Materiais Impressos - por página:			
Peça	Criação	Finalização	Total
Agenda (por página)			
Álbum (por página)			
Catálogo (por página)			
Folheto até A4 - por página			
Folheto acima de A4 - por página			

Jornal Tabloide (por página)			
Livreto (por página)			
Livro (por página)			
Manual (por página)			
Manual de Merchandising (p/página)			
Revista (por página)			

Obs.: Os custos acima referem-se apenas a criação gráfica, não estando inclusos os custos com matérias.

Materiais Promocionais:			
Peça	Criação	Finalização	Total
Adesivo			
Blimp			
Balcão para Degustação			
Bandeira			
Bandeirola			
Banner			
Bexiga / Bola / Balão			
Bloco de Recados			
Boné			
Botton			
Braçadeira			
Caixa de Fósforo			
Calendário de Bolso			
Calendário de Mesa			
Calendário de Parede			
Camiseta			
Caneta / Lápis			
Capa de Caderno			



Capa de Carnê			
Capa de Catálogo			
Capa de Manual			
Capa de Revista			
Capa de Disco/CD/Fita			
Capa de Livro			
Cardápio (por lâmina)			
Cartão de Aniversário			
Cartão de Natal			
Cartão de Visita			
Cartão Postal			
Cartaz Promocional			
Cartela de Preço			
Chaveiro			
Cinta			
Cinzeiro			
Convite Simples			
Convite Especial			
Copo			
Crachá			
Cupom			
Decoração de Vitrine			
Deflector Solar			
Diploma			
Display de Balcão/Vitrine			
Display de Ponta de Gôndola			
Etiqueta de roupa			
Estandarte			

Envelope - ofício/saco			
Faixa de Gôndola			
Ficha de Inscrição			
Fita de Cabeça/Pulso			
Flâmula			
Folder/Broadside (por dobra)			
Guardanapo			
Guarda-Sol			
Lenço			
Leque			
Logomarca Promocional			
Logotipo Promocional			
Mala-Direta (envelope, folder, cupom e carta resposta)			
Marcador de Página			
Medalha			
Móvil			
Panfleto / Volante - só frente			
Panfleto / Volante - frente e verso			
Pasta			
Porta Copo			
Pôster			
Régua			
Risque-Rabisque			
Sacola			
Santinho			
Selo			
Stand para Feiras			

Toalha			
Troféu			
Tapume			
Uniforme			
Viseira			

Mídia Digital:			
	Criação	Finalização	Total
Banner animado - Até a medida de full banner (468 X 60 pixels)			
CD-Room Multimídia - Página de abertura e uma página interna			
Convite virtual			
Hotsites - Página principal (home) e uma página interna			
Mala-direta virtual			
Website e Portal - página principal (home) e uma página interna			
Pop-up animado (300X2560 pixels)			

Mídia Exterior:			
	Criação	Finalização	Total
Abrigo de ônibus			
Backbus			
Busdoor			
Faixa de Rua			
Gradil			
Outdoor			
Outdoor Duplo			



Painel(Triface/Backlight/Frontlight)			
Placa de Esquina			
Placa Comemorativa			
Placa de Obra			
Placa de Estrada			
Protetor de Árvores			
Taxidoor			

Serviços Adicionais:			
Peça			Total
Cópia de CD			
Cópia de Fita Betacam			
Cópia de Fita K-7			
Cópia de Fita U-matic			
Cópia de Fita VHS			
Fotografias - Eventos (cada) produzida pela agência			
Fotografias em estúdio (cada) - produzida pela agência			
Fotografias com externa (cada) - produzida pela agência			
Fotografias - Ofertas (cada) - produzida pela agência			
Gráficos (cada)			
Ilustração (cada)			
Mapa de Localização Simples			
Mapa de Localização Ilustrado			
Press-release (por lauda)			
Tradução (por lauda)			

Editoração Eletrônica:			Total
Digitação de Textos - por lauda			
Outros Idiomas			
Scanner:			
Papel (até 20x30 cm)			
Cromo (até 20x30 cm)			
Retoque de Imagens:			Total
Por hora de serviço			

Vetorização de Logotipos:			Total
Por hora de serviço			
Print:			
Papel	Total Colorido		Total P/B
AA Formato A3			
AA Formato A4			
Papel Fotográfico Formato A4			
Papel Couchê Formato A4			
Exemplo de Cálculo: Material de Jornal - 1 Página			Total
Criação e Finalização			
Digitação 1 lauda			
01 Scaneamento de cromo - P/B			
01 Vetorização de Logotipo - 1 hora			
02 Prints P/B			

Total Geral			
-------------	--	--	--

1 - Os custos internos serão cobrados conforme previstos nos itens 3.6 e 3.8 das Normas Padrão do CENP - Conselho Executivo das Normas- Padrão, do Relacionamento Comercial entre Anunciantes, Agências de Publicidade e Veículos de Comunicação, frente à Lei 4.680/65 e aos Decretos 57.690/66 e 2.262/97, aprovado pelo CADE - Conselho de Administração e Defesa Econômica em dezembro/2000. São compostos dos custos de criação, redação, montagem, adicionados dos demais recursos utilizados para a confecção do cliente, como: digitalização de imagens (scanner), digitação de textos, retoque de imagens, vetorização de logotipos, prints, saídas em disquetes, etc.

2 - Nos casos de nova montagem de peça - anúncio, VT, spot, - cada montagem será cobrada à razão de 30% do valor estabelecido nesta tabela.

3 - O ISS (imposto sobre serviços) devido sobre seus honorários será pago, conforme disposição do art. 3º, da Lei Complementar n.º 116/2003, no local do estabelecimento prestador ou, na falta do estabelecimento, no local do domicílio do prestador.

4 - Serão debitados ao cliente, pelo preço de custo, sem incidência de honorários ou ISS, todos os gastos efetuados e previamente autorizados e comprovados, para o bom desempenho dos serviços. Esses gastos, em geral, referem-se a viagens, estadas, transporte, alimentação, comunicação em geral.

**5 - O cliente liquidará, à vista, as notas de honorários e de despesas apresentadas pela Agência, prevalecendo porém o prazo de vencimento das faturas de serviços de terceiros.**

**6 - Sempre que os serviços solicitados pelo cliente e executados pela Agência não sejam realizados, veiculados ou sejam cancelados, a Agência os cobrará de acordo com esta tabela, a fim de ressarcir de suas despesas com planejamento, layout, concepção etc. Do valor total da tabela, 70% representa criação e 30% finalização.**

7 - Sobre os serviços de terceiros devidamente aprovados pelo cliente, a agência cobrará honorários de produção de 15% sobre o valor das faturas.

8 - Clientes que desejarem realizar TOMADA DE PREÇOS entre agências deverão ser informados que serão cobrados custos de criação da peças solicitadas/apresentadas.

9 - Serviços solicitados e não finalizados no prazo de 30 dias sofrerão cobrança do custo de criação.

10 - Fee mensal deve ser calculado pelo número médio de peças realizadas/mês, oferecendo um desconto de 20% nos preços da tabela, para contratos a partir de 6 (seis) meses.

11 - Hora técnica de consultoria em comunicação social / publicidade e propaganda - R\$ 120,00.

**ANEXO IV**

**MINUTA DE CONTRATO  
CONTRATO Nº. .... /20xx**

**CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS (CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E MARKETING) QUE ENTRE SI CELEBRAM O MUNICÍPIO DE ARARANGUÁ E .....**

Pelo presente instrumento, de um lado, o Município de Araranguá pessoa jurídica de direito público, com sede nesta cidade de Araranguá, na Rua Dr. Virgulino de Queiróz, 200, inscrita no CNPJ/MF sob nº. 82.911.249/0001-13, doravante denominada CONTRATANTE, neste ato, representada pelo Prefeito Municipal, Sr. Cesar Antonio Cesa, portador do R.G. nº. .... e C.P.F. nº. ...., e de outro lado, ..... com sede em ....., Estado de ....., na..... nº ....., inscrita no CNPJ/MF sob nº ....., doravante denominada CONTRATADA, neste ato, representada por....., portador(a) do R.G. nº ..... e C.P.F. nº ....., na licitação nº /2021, modalidade Tomada de Preços, têm entre si justo e contratado o que consta relatado nas cláusulas e condições abaixo:

**1. DO OBJETO**

Pelo presente instrumento, a Contratada se obriga a prestar para a Contratante, prestação de serviços de publicidade do Município de Araranguá, conforme consta na Tomada de Preços nº. xx/2022, seus Anexos e demais documentos que integram o Processo nº. xx/2022, bem como, a proposta da Contratada e as condições do respectivo certame licitatório.

**2. DOS DOCUMENTOS**

2.1 Para todos os efeitos legais, para melhor caracterização da execução, bem como, para definir procedimentos e normas decorrentes das obrigações ora contraídas, integram este Contrato, como se nele estivessem transcritos, com todos os seus Anexos, os seguintes documentos:

- a) Edital de Tomada de Preços nº. xx/2022 e seus Anexos;
- b) Proposta de Preço da CONTRATADA;
- c) Ata de Reunião de Julgamento de Proposta;

2.2 Os documentos referidos no presente item são considerados suficientes para, em complemento a este Contrato, definir a sua extensão e, desta forma, reger a execução do objeto contratado.

**2.3 Do preço e da Execução**

2.3.1. Para a execução do objeto ora contratado e descrito na cláusula anterior, a Contratante pagará, à Contratada, a importância máxima de R\$ ..... (.....), não estando o Município de Araranguá obrigada a realizá-la em sua totalidade, e não cabendo à Contratada o direito de pleitear qualquer tipo de reparação ou compensação pelo não uso do total da verba.

2.3.2. Para fins de aplicação de reajuste contratual adotar-se-á o **IPCA/IBGE** ou outro que venha a substituí-lo.

2.3.3 A forma de fornecimento do objeto, será de forma parcelada e de regime de execução indireta.

2.3.4 O presente contrato poderá sofrer alterações contratuais com acréscimos ou supressões que se fizerem necessárias à execução do objeto, até o limite de 25% (vinte e cinco) e inclusive a possibilidade de prorrogação nos termos da lei 8.666/93.

**3. Das condições de pagamento:**



3.1 As faturas deverão ser emitidas contra o Município de Araranguá, no primeiro dia subsequente à comunicação do valor aprovado e terão vencimento até o 10º (décimo) dia do mês subsequente ao da prestação dos serviços, desde que devidamente aprovadas pela assessoria de imprensa do município;

3.2 As faturas que apresentem incorreções serão devolvidas ao emitente, e seu vencimento ocorrerá 05 (cinco) dias após a data de sua reapresentação.

3.3 O pagamento das faturas seguirá a estrita ordem cronológica das datas de suas exigibilidade.

3.4 Os pagamentos serão efetuados através do crédito em conta corrente bancária da contratada.

3.5 Por ocasião da apresentação das faturas à Administração, para efeito de pagamento, a contratada deverá demonstrar e comprovar, necessariamente, através de documentação hábil, o atendimento e observância das obrigações trabalhistas e sociais do pessoal utilizado na execução do contrato, relativamente ao meses imediatamente anteriores; assim devida quitação dos serviços executados pelos meios de comunicação agenciados.

#### **4. Dos prazos:**

4.1. O presente contrato terá vigência 12 (dozes) meses, tendo seu início contado a partir da assinatura do contrato, podendo ser prorrogado nos termos da legislação vigente, limitada sua vigência a 60 (sessenta) meses.

4.2. As prorrogações serão formalizadas por meio de Termo Aditivo e publicadas na imprensa oficial do Município de Araranguá.

#### **5. Da fiscalização:**

5.1. Fica expressamente consignado, que a fiscalização da execução do objeto do presente contrato estará a cargo e exclusivo critério da Assessoria de Imprensa da Administração com o poder de solicitar, receber ou rejeitar os serviços realizados.

5.2. Essa fiscalização, em nenhuma hipótese, eximirá a Contratada das responsabilidades contratuais e legais, bem como, sobre danos materiais ou pessoais que forem causados a terceiros, seja por atos ou omissões da firma, de seus funcionários ou preposto.

5.3. Fica determinado pela Secretaria Requisitante, o **servidor público xxxxxxxxxxxxxxxx**, para que se cumpra à função de gestor do presente contrato.

#### **6. DAS SANÇÕES**

6.1. A não prestação dos serviços no prazo assinalado, importará na aplicação à CONTRATADA de multa diária na ordem de 0,5% (meio por cento) sobre o valor do Contrato.

6.2. À CONTRATADA, se recusar a entregar os materiais ao MUNICÍPIO dentro do prazo de validade da proposta, será aplicada multa de 20% (vinte por cento) do(s) valor total do Contrato, bem como a aplicação das penalidades previstas no artigo 87 da lei 8.666/93.

6.3. Confiada à contratação à proponente vencedora e não satisfeitas as exigências técnicas e/ou comerciais dos compromissos assumidos, será aplicada a multa de 20% (vinte por cento) do valor total do Contrato, bem como a aplicação das penalidades previstas no artigo 87 da lei 8.666/93.

6.4. A inexecução parcial ou total do Contrato importará à CONTRATADA as penalidades previstas no artigo 87 da 8.666/93, bem como a multa de 20% (vinte por cento) sobre o valor do Contrato.

6.5. À CONTRATADA será aplicada a multa de 20% do valor total do Contrato no caso de descumprimento de qualquer outra obrigação a ela imposta no presente ajuste.

6.6. Será propiciada ampla defesa à CONTRATADA, antes da imposição das penalidades elencadas neste Contrato.

6.7. As eventuais multas aplicadas por força do disposto nos subítens precedentes não terão caráter compensatório, mas simplesmente moratório e, portanto, não eximem a CONTRATADA da reparação de possíveis danos, perdas ou prejuízos que os seus atos venham a acarretar, nem impedem a declaração da rescisão do pacto em apreço.

6.8. Os valores pertinentes às multas aplicadas serão descontados dos créditos a que a CONTRATADA tiver direito, ou cobrados judicialmente.

6.9. "Os serviços serão prestados diretamente pela CONTRATADA, vedada a cessão, transferência ou subcontratação, total ou parcial, exceto se previstas neste contrato".

## **7. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

7.1. Constituem obrigações da CONTRATADA:

a) providenciar, no prazo máximo de 24(vinte e quatro) horas, o saneamento de qualquer irregularidade;

c) manter, durante o contrato, todas as exigências contidas no Contrato, bem como no Edital;

d) manter, durante todo o prazo do contrato, em compatibilidade com as obrigações por ele assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na dispensa de licitação (art. 55, XIII da lei 8.666/93);

e) Corrigir, reparar, remover, reconstruir ou substituir, às suas expensas, no total ou em parte, o objeto do contrato em que se verificar vícios, defeitos ou incorreções, conforme previsto no art. 69 da lei 8.666/93.

f) pagar todas as despesas oriundas do presente contrato, inclusive encargos trabalhistas e fretes;

g) A agência contratada deverá, durante o período de, no mínimo 5 anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.

h) Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos de divulgação.

## **8. Da rescisão:**

8.1. A inexecução total ou parcial do contrato, sem prejuízo da aplicação da sanção prevista na cláusula sexta e das demais conseqüências previstas em lei, enseja a sua rescisão por ato unilateral e escrito da Contratante, independentemente de notificação prévia, devendo o ato ser formalmente motivado nos autos do processo, estando assegurado o contraditório e a ampla defesa.

8.2. Considera-se, ainda, como motivo para rescisão do contrato as demais hipóteses previstas no art. 78 e seus incisos da Lei Federal nº 8.666/93 e suas alterações, ficando esse direito expressamente reconhecido pela Contratada.

## **9. Do suporte financeiro:**

9.1. As despesas decorrentes da contratação correrão por conta das dotações orçamentárias próprias consignadas no Orçamento Geral do Município, relativo ao exercício financeiro de 2022, na classificação orçamentária abaixo relacionada:

.....  
.....

9.2. Se o MUNICÍPIO optar pela prorrogação deste contrato serão consignados nos próximos exercícios às dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

**10. Da legislação aplicável:**

10.1. O presente contrato reger-se-á pelas Leis n.ºs. 8.666/93, 8.883/94 e suas alterações, bem como pela Lei n.º 4.680 de 18/06/65, do Decreto n.º 57.690 de de 01.02.66, do Decreto n.º 4.799 de 04/08/03, Lei 12.232 de 29/4//2010 e disposições do Edital.

**11. Do foro:**

11.1. As partes Contratantes elegem o foro da Comarca de Araranguá, Estado de Santa Catarina, para dirimir qualquer pendência originada na execução deste contrato, com renúncia expressa de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

Assim, por estarem justos e contratados, assinam o presente contrato em 03 (três) vias de igual teor na presença de duas testemunhas que a tudo assistiram e abaixo assinam, bem como o Termo de Ciência e Notificação em 02 (duas) vias de igual teor, que passa a fazer parte integrante do presente contrato.

\_\_\_\_\_  
**Cesar Antonio Cesa**

Prefeito Municipal  
CONTRATANTE

\_\_\_\_\_  
**Ass.**

Cargo:

CONTRATADA

\_\_\_\_\_  
**XXXXXX**

Secretario  
CONTRATANTE

FISCAL DO CONTRATO

Testemunhas: \_\_\_\_\_

Nome:

Nome:

CPF n.º:

CPF n.º:

**ANEXO V**

**PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO**  
**PROPOSTA TÉCNICA**

**Agência:** \_\_\_\_\_

<b>QUESITOS</b>	<b>NOTA</b>
Raciocínio Básico – (de 0 a 10) pontos	
Estratégia de Comunicação Publicitária – (de 0 a 20) pontos	
Ideia Criativa – (de 0 a 20) - pontos	
Estratégia de Mídia e Não Mídia – (de 0 a 10) pontos.	
Capacidade Geral de Atendimento Revelada pela Licitante – ( de 0 a 05) pontos	
Estrutura física e equipamentos necessários à realização dos serviços – (0 a 05) pontos	
Pertinência da sistemática de atendimento e a adequação dos prazos máximos – (0 a 05) pontos	



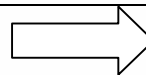
**ANEXO VI**

**PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO PROPOSTA TÉCNICA**

Agência: \_\_\_\_\_

QUESITOS	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03	Pontuação final por Quesito (média).
Raciocínio Básico				
Estratégia de Comunicação Publicitária				
Ideia Criativa				
Estratégia de Mídia e Não Mídia				
Capacidade Geral de Atendimento				
Estrutura física e equipamentos				
Pertinência da sistemática de atendimento e prazos				
Experiência da licitante no atendimento a outros clientes				
Repertório				

PONTUAÇÃO TOTAL DA LICITANTE (Nota Auferida)



Observações:

- 1) A pontuação final de cada quesito corresponderá à média das notas atribuídas pelos avaliadores, somando-se as notas e dividindo pelo número de avaliadores.
- 2) A pontuação final por quesito será calculada com, no máximo, duas casas decimais, desprezando-se as demais, sem qualquer arredondamento;
- 3) A pontuação total da licitante corresponderá à soma das pontuações finais.

**ANEXO VII**

**PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO**  
**PROPOSTA DE PREÇOS**

**Agência:** \_\_\_\_\_

<b>QUESITOS</b>	<b>Pontos Concedidos</b>	<b>TOTAL</b>
Até 60 (sessenta) pontos para a agência que cobrar os menores valores de custos internos com base na Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de <b>Santa Catarina</b> (um ponto e meio para cada 1% - um por cento - de desconto e limitado a 40% - quarenta por cento - do valor da tabela).		

**PONTUAÇÃO TOTAL DA LICITANTE (Nota auferida)** 

Observações:

- 1) A pontuação final por quesito será calculada com, no máximo, duas casas decimais, desprezando-se as demais, sem qualquer arredondamento;
- 2) A pontuação total da licitante corresponderá à soma das pontuações finais.





**ANEXO VIII**

**PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO**



**ANEXO IX**

**DECLARAÇÃO**

\_\_\_\_\_, inscrita no CNPJ sob nº. \_\_\_\_\_, por intermédio de seu representante legal, o Sr. \_\_\_\_\_, portador(a) da Carteira de Identidade nº \_\_\_\_\_ e do CPF nº. \_\_\_\_\_, DECLARA, para fins do disposto no artigo 7º, XXXIII da CF/88, que não emprega menores de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e que não emprega menor de quatorze anos, salvo na condição de aprendiz.

Local e data

\_\_\_\_\_  
assinatura do representante legal

**ANEXO X**

**DECLARAÇÃO**

Declaramos, para fins do disposto no item 8.1.5 alínea b do Edital de TOMADA DE PREÇOS n° 00/201\_, que a empresa XXXXXXX, CNPJ n° XXX.XXX.XX/0001-XX, estabelecida à Rua XXXXXXXXXXXX, não está impedida de participar de licitações no âmbito da administração pública federal, estadual ou municipal.

Local e data

\_\_\_\_\_  
assinatura do representante legal

**ANEXO XI**

**MODELO DE DECLARAÇÃO QUE INEXISTEM FATOS SUPERVENIENTES**

\_\_\_\_\_ (nome da empresa), inscrita no CNPJ nº \_\_\_\_\_, sediada  
\_\_\_\_\_ (endereço completo), declara, sob as penas da lei, que até a presente data  
inexistem fatos supervenientes para sua habilitação no presente processo licitatório, assim como está ciente da  
obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

Local e data

\_\_\_\_\_  
assinatura do representante legal



**ANEXO XII**

**MODELO DE DECLARAÇÃO QUE TRATA DE DIREITOS AUTORAIS**

\_\_\_\_\_ (nome da empresa), inscrita no CNPJ nº \_\_\_\_\_, sediada  
\_\_\_\_\_ (endereço completo), declara, sob as penas da lei, que:

Tratará a questão dos direitos autorais, estabelecendo a cessão total e definitiva dos direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do Contrato.

Manterá o compromisso de sempre negociar as melhores condições de preço, para os direitos de imagem de som e de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de utilização e ou possível reutilização em peças publicitárias para a Prefeitura Municipal de Araranguá.

Local e data

\_\_\_\_\_  
assinatura do representante legal