

**MUNICÍPIO DE TUBARÃO/SC  
CONCORRÊNCIA Nº 04/2015**

**1 – PREÂMBULO**

1.1 – O MUNICÍPIO DE TUBARÃO/SC, através do Prefeito Municipal, Sr. João Olavio Falchetti, torna público, para ciência dos interessados, que realizará licitação, na modalidade Concorrência, do tipo Técnica e Preço, para a contratação de agência de publicidade e propaganda para prestação de serviços de publicidade.

1.2 – O Processo Licitatório e o Contrato que dele resultar obedecerão, integralmente, às normas da Lei Federal nº 12.232, de 29 de Abril de 2010, aplicando-se de forma complementar as Leis n. 4.680, de 18 de Junho de 1965, n. 8.666, de 21 de Junho de 1993, e demais legislações aplicáveis.

1.3 – O recebimento das propostas técnicas e de preços ocorrerá até às **13:30horas do dia 13 de outubro de 2015, para abertura no mesmo dia, às 14:00 horas**, no Departamento de Compras, Licitações e Contratos, situado à Rua Felipe Schmidt, 108, Centro, neste Município.

1.4 – O inteiro teor deste ato convocatório e de seus anexos encontram-se à disposição dos interessados na Prefeitura Municipal de Tubarão, localizado no endereço acima citado, nos dias úteis, no horário de expediente do órgão, das 13:00 às 19:00 horas, e no *site* [www.tubarao.sc.gov.br](http://www.tubarao.sc.gov.br).

**2 – DO OBJETO**

2.1 – O objeto da presente licitação é a contratação de agência 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, atos oficiais de caráter educativo e informativo que sejam de interesse do Município de Tubarão e Fundações Municipais, conforme especificações técnicas mínimas descritas nos anexos I e II (TERMO DE REFERÊNCIA E BRIEFING) do presente edital.

2.1.1 - São órgãos/entidades integrantes deste processo licitatório o Município de Tubarão, bem como a Fundação Municipal de Desenvolvimento Social, Fundação Municipal de Educação, Fundação Municipal de Saúde, Fundação Municipal de Meio Ambiente, Fundação Municipal de Cultura e Esporte, e Fundo Municipal de Meio Ambiente.

2.2 – Os serviços acima indicados serão concretizados em conformidade com o Termo de Referência (Anexo I) e através de:

2.2.1 – apoio na execução de ações de divulgação e de promoção;

2.2.2 – estudo, concepção, execução e distribuição de peças e campanhas publicitárias e materiais de cunho informativo e/ou educativo, impressos e eletrônicos;

2.2.3 – programas de comunicação institucional;

2.2.4 – programa de apoio informativo e/ou educacional, relativos a eventos de interesse da administração;

2.2.5 – comunicados em geral;

2.2.6 – desenvolvimento de pesquisas de opinião e mercado;

2.2.7 – desenvolvimento de produtos e serviços;

2.2.8 – elaboração de marcas, expressões de propaganda, logotipos e de outros elementos de programação visual;

2.2.9 - demais iniciativas no campo da informação, da divulgação, da publicidade e da propaganda;

2.2.10 – atualização do sítio da Prefeitura Municipal de Tubarão.

2.3 - Os serviços de publicidade e propaganda terão caráter educativo informativo ou de orientação social, e mercadológico, com finalidade de exploração de atividade econômica, e deverão estar em sintonia com as questões estratégicas de desenvolvimento econômico e social do Município de Tubarão e Fundações municipais. A política de comunicação social do órgão tem como princípios a informação e transparência dos procedimentos governamentais, a eficiência e a racionalidade na aplicação dos recursos e a avaliação sistemática dos resultados.

2.4 – Os serviços somente poderão ser iniciados mediante a ordem de serviço específica para cada campanha, emitida pela contratante, com a devida descrição do trabalho a ser realizado.

2.5 – As ordens de serviços deverão conter a natureza dos serviços que serão prestados, prazo de execução e/ou entrega, assim como o valor máximo da campanha, e somente serão emitidas mediante orçamento prévio da contratada.

2.6 - A execução dos serviços será remunerada pelos custos de criação e produção decorrentes dos trabalhos de produção interna (serviços internos) executados pela agência de propaganda, descontados os valores referentes ao desconto proposto sobre os valores da Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda de Santa Catarina ofertado pela proponente na respectiva proposta.

2.7 – A previsão orçamentária para os gastos com propaganda para o período contratual de 12 (doze) meses a partir da adjudicação é de: Município de Tubarão - R\$ 1.000.000,00 (um milhão reais), Fundação Municipal de Desenvolvimento Social - R\$ 100.000,00 (cento mil), Fundação Municipal de Educação - R\$ 200.000,00 (duzentos mil

reais), Fundação Municipal de Meio Ambiente - R\$ 30.000,00 (trinta mil reais), Fundação Municipal de Cultura e Esporte - R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais), Fundação Municipal de Saúde - R\$ 174.678,71 (cento e setenta e quatro mil, seiscentos e setenta e oito reais e setenta e um centavos), e Fundo Municipal de Meio Ambiente – R\$ 25.000,00 (vinte e cinco mil reais), totalizando R\$ 1.579.678,71 (um milhão, quinhentos e setenta e nove mil, seiscentos e setenta e oito reais e setenta e um centavos).

2.8 – As despesas com a presente contratação correrão por conta das seguintes dotações orçamentárias:

- 07.01.2.007.3.3.90.39.88.0200 (18) – R\$ 1.000.000,00;
- 36.01.2.029.3.3.90.39.88.0614 (27) – R\$ 82.975,81;
- 36.01.2.034.3.3.90.39.88.0307 (70) – R\$ 4.200,00;
- 36.01.2.034.3.3.90.39.88.0307 (70) – R\$ 4.200,00;
- 36.01.2.033.3.3.90.39.88.0215 (57) – R\$ 12.600,00;
- 36.01.2.054.3.3.90.39.88.0816 (90) – R\$ 10.482,46;
- 36.01.2.054.3.3.90.39.88.0691 (89) – R\$ 10.762,46;
- 36.01.2.051.3.3.90.39.88.0334 (73) – R\$ 49.457,98;
- 26.01.2.043.3.3.90.39.88.0200 (2) - R\$ 30.000,00;
- 37.01.2.044.3.3.90.39.88.0200 (134) – R\$ 25.000,00;
- 27.01.2.045.3.3.90.39.88.0200 (9) – R\$ 25.000,00;
- 27.01.2.046.3.3.90.39.88.0200 (17) – R\$ 25.000,00;
- 25.01.2.035.3.3.90.39.88.0214 (08) – R\$ 100.000,00;
- 25.01.2.036.3.3.90.39.88.0214 (22) – R\$ 100.000,00;
- 35.01.2.024.3.3.90.39.88.0200 (9) – R\$ 100.000,00

### **3 - CONDIÇÕES GERAIS E PRAZOS**

3.1- Somente poderão participar desta licitação empresas devidamente qualificadas como agências de propaganda, nos termos do disposto no artigo 3º da Lei Federal nº 4.680/65, legalmente constituídas, e que tenham obtido o certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do artigo 4º da Lei nº 12.232/2010.

3.2- Os interessados que não estiverem cadastrados na Prefeitura Municipal de Tubarão deverão atender a todas as condições exigidas para cadastramento até o 3º (terceiro) dia anterior à data do recebimento das propostas.

3.3 – Será admitida, em todas as etapas da licitação, a presença de no máximo um representante de cada proponente.

3.4 – Não poderá participar desta licitação a empresa que tenha sido declarada inidônea por quaisquer órgãos da Administração Pública ou que esteja cumprindo suspensão do direito de licitar e de contratar com os órgãos da Administração Pública Municipal. Ou ainda:

- a) A participação de consórcio de empresas;
- b) A participação de licitante com mais de uma proposta;
- c) A participação de licitante que não possua o Certificado de Capacitação Técnica expedido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP.

d) A participação de licitante que não seja filiada na SINAPRO do seu Estado de origem ou a ABAP, de conformidade com o que preceitua o artigo 30, inciso I da Lei 8.666/93.

3.5- A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das propostas e documentos de habilitação exigidos nesta Concorrência, independentemente da condução ou do resultado da licitação.

3.6 – Homologada a Licitação, o adjudicatário será convocado para assinar o Termo de Contrato em até 05 (cinco) dias úteis, sujeitando-se este, em caso de recusa, ao disposto nos artigos 64 e 81 da Lei Federal nº 8.666/93.

3.7 – O contrato terá vigência pelo período de 12 (doze) meses, a contar de sua assinatura, podendo ainda ser prorrogado nos termos do artigo 57, inciso II, da Lei nº 8.666/93, até o limite de 60 (sessenta) meses, resguardado o interesse público e em consonância com a legislação pertinente.

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

3.9 – Para se manifestar nas fases do procedimento licitatório, as participantes poderão credenciar um representante (procurador), por instrumento público de procuração ou por procuração particular, dispensada esta exigência quando estiver presente o representante legal da mesma (exemplo: sócio, proprietário, dirigente), assim comprovado mediante apresentação de cópia simples legível do ato constitutivo.

3.10 – O representante da empresa deverá identificar-se com a apresentação do documento de identidade.

#### **4 – SANÇÕES PARA O CASO DE INADIMPLEMENTO**

4.1 – Pela inexecução total ou parcial do Contrato, o Município de Tubarão poderá aplicar ao contratado às sanções previstas no artigo 87 da Lei 8.666/93.

As penas aplicáveis são:

I - Advertência expressa;

II - Multa, na forma prevista no instrumento convocatório ou no Contrato;

III - Suspensão temporária de participação em Licitação;

IV - Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública;

4.2 – Sem prejuízo das demais sanções previstas na Lei nº 8.666/93, o licitante vencedor ficará sujeito as seguintes multas:

4.2.1 – Multa de 1% (um por cento) do valor total da campanha, por dia de atraso ou atraso em relação às etapas do cronograma;

4.2.2 – Multa de 10% (dez por cento) sobre o valor da campanha, quando a licitante vencedora:

a) prestar informações inexatas ou causar embaraços à fiscalização;

- b) transferir ou ceder suas obrigações no todo ou em parte a terceiros, sem prévia autorização do contratante;
- c) executar os serviços em desacordo com a proposta de atividade publicitária, normas técnicas ou especificações, independente da obrigação de fazer as correções necessárias às suas expensas;
- d) desatender as determinações da fiscalização;
- e) cometer qualquer infração às normas legais federais, estaduais e municipais, respondendo ainda pelas multas aplicadas pelos órgãos competentes em razão da infração cometida;
- f) não iniciar, sem justa causa, a execução dos serviços contratados no prazo fixado, estando sua proposta dentro do prazo de validade;
- g) ocasionar, sem justa causa, atraso superior a trinta dias na execução dos serviços contratados;
- h) recusar-se a executar, sem justa causa, no todo ou em parte os serviços contratados;
- i) praticar por ação ou omissão, qualquer ato que, por imprudência, imperícia, dolo ou má fé, venha a causar à contratante ou a terceiros, independente da obrigação da contratada em reparar os danos causados.

4.2.3 – As multas poderão ser reiteradas e aplicadas em dobro, sempre que houver reincidência.

4.2.4 – Sem prejuízo de outras sanções, aplicar-se-á à contratada, a pena de suspensão do direito de licitar com a contratante e seus órgãos descentralizados, pelo prazo de até dois anos, em função da gravidade da falta cometida.

4.2.5 – Quando o objeto do contrato não for entregue e aceite até o vencimento do prazo estipulado, poderá ser aplicada à pena de suspensão do direito de licitar que perdurará até que seja feita a sua entrega, sem prejuízo de outras penalidades previstas em Lei.

4.2.6 – As multas aplicadas na execução do contrato serão descontadas dos pagamentos, a critério exclusivo do Município e, quando for o caso, cobradas judicialmente.

## **5 – DA APRESENTAÇÃO DOS ENVELOPES E DOCUMENTOS EXTERNOS**

5.1 – No dia, local e horário estabelecidos no preâmbulo deste edital, as licitantes entregarão à Comissão Permanente de Licitação do Município de Tubarão os seguintes documentos e envelopes:

5.1.1 – Documentos de credenciamento (itens 3.9 e 3.10) e ficha de cadastro/declaração (anexo IX do edital)

5.1.1.1 – Estes documentos não devem ser acondicionados dentro de envelopes, posto que a Comissão Permanente de Licitação os exigirá preliminarmente, no início da sessão pública.

**5.1.2 – ENVELOPE A** (proposta técnica – Plano de Comunicação Publicitária - **via não identificada**).

5.1.2.1 – O conteúdo deste envelope está descrito no anexo IV do edital.

5.1.2.2 – O invólucro padronizado, que constituirá o Envelope A, será entregue pela Comissão Permanente de Licitação às empresas que o solicitarem, a partir da publicação do Edital, limitada a entrega até 13:00h da data agendada para início da sessão de recebimento das Propostas Técnicas e de Preços.

5.1.2.3 – O procedimento de entrega dos invólucros padronizados será encerrado automaticamente às 13:00horas desse dia.

5.1.2.4 – A via não identificada da proposta técnica não poderá ser acondicionada em outro tipo de envelope, senão naquele fornecido pela Prefeitura Municipal de Tubarão, nos termos dos itens anteriores.

5.1.2.5 – ATENÇÃO: o envelope A, quer na parte externa como no seu conteúdo, não poderá contar com endereçamento, nome da licitante, assinatura, rubrica, marca, sinal, etiqueta, palavra ou qualquer outro elemento capaz de identificar a empresa proponente, sob pena de desclassificação.

5.1.2.6 – É imprescindível a leitura do anexo VII do edital, que oferece as “informações importantes sobre as propostas técnicas”.

**5.1.3 – ENVELOPE B** (proposta técnica – Plano de Comunicação Publicitária - **via identificada**).

5.1.3.1 – O conteúdo deste envelope está descrito no anexo V do edital.

5.1.3.2 – Este envelope B deverá ser providenciado pelo próprio licitante, devendo ser opaco e lacrado, endereçado à Comissão Permanente de Licitações da Prefeitura Municipal de Tubarão, contendo a razão social do licitante em sua parte externa e a designação de seu conteúdo, nos seguintes termos:

“Envelope B (proposta técnica – via identificada), referente à Concorrência nº 04/2015.

5.1.3.3 – É imprescindível a leitura do anexo VII do edital, que oferece as “informações importantes sobre as propostas técnicas”.

**5.1.4 – ENVELOPE C** (proposta técnica – capacidade de atendimento).

5.1.4.1 – O conteúdo deste envelope está descrito no anexo VI do edital.

5.1.4.2 – Este envelope C deverá ser providenciado pelo próprio licitante, devendo ser opaco e lacrado, endereçado à Comissão Permanente de Licitações da Prefeitura Municipal de Tubarão, contendo a razão social do licitante em sua parte externa e a designação de seu conteúdo, nos seguintes termos:

“Envelope C (proposta técnica – capacidade de atendimento), referente à Concorrência nº 04/2015.

5.1.4.3 – É imprescindível a leitura do anexo VII do edital, que oferece as “informações importantes sobre as propostas técnicas”.

5.1.5 – **ENVELOPE D** (proposta comercial).

5.1.5.1 – O conteúdo deste envelope está descrito no anexo VIII do edital.

5.1.5.2 – Este envelope D deverá ser providenciado pelo próprio licitante, devendo ser opaco e lacrado, endereçado à Comissão Permanente de Licitações da Prefeitura Municipal de Tubarão, contendo a razão social do licitante em sua parte externa e a designação de seu conteúdo, nos seguintes termos: “Envelope D (proposta comercial), referente à Concorrência nº 04/2015.

5.2 – **ENVELOPE E** (Habilitação).

Os documentos elencados abaixo deverão ser apresentados dentro do envelope E, devidamente lacrado, somente pelas empresas classificadas (Conforme Inciso I, art. 6º, da Lei nº 12.232/10, nos termos do inciso XI do art. 11).

5.2.1 – **COMPROVARÃO A HABILITAÇÃO JURÍDICA**

- a) Registro comercial, no caso de empresa individual;
- b) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;
- c) Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício;
- d) decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.
- e) declaração da inexistência de superveniência de fato impeditivo de habilitação, de que não foi declarada inidônea em nenhum órgão público Federal, Estadual e Municipal e nem está suspensa de participar de licitação no Município de Tubarão.

5.2.2 – **COMPROVARÃO A REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA**

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ) do Ministério da Fazenda.
- b) Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Municipal, relativo ao domicílio da sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto da licitação.
- c) Prova de regularidade para com as Fazendas Federal, Estadual e Municipal. As certidões deverão ser do domicílio ou sede do licitante;
- d) Prova de regularidade relativa à Seguridade Social (INSS) e ao FGTS, demonstrando situação regular no cumprimento dos encargos sociais instituídos por Lei;
- e) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT).

### 5.2.3 – COMPROVARÃO A QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

a) Balanço patrimonial relativo ao último exercício social, já exigível, acompanhado de quadro demonstrativo, devidamente registrado na Junta Comercial, assinado pelo representante legal do licitante e por contador com registro no Conselho Regional de Contabilidade - CRC, mencionando expressamente o livro diário e folhas em que se acha regularmente transcrito, com fotocópia da página de abertura e fechamento do respectivo livro diário.

As empresas constituídas até um ano anterior à data de abertura da licitação poderão substituir o balanço anual por balanço e/ou balancete referente ao mês imediatamente anterior à data de abertura da licitação, devidamente autenticado pelo órgão competente.

b) Comprovação de boa situação financeira da empresa licitante, compreendendo os seguintes índices:

#### **b.1) “Índice de Liquidez Geral”, aplicando a seguinte fórmula:**

$$ILG = \frac{(AC + ANCRLP)}{(PC + PNC)} \quad \text{resultando} \quad ILG \geq 1$$

onde: ILG = Índice de Liquidez Geral

AC = Ativo Circulante

ANCRLP = Ativo Não Circulante, subgrupo Realizável Longo Prazo

PC = Passivo Circulante

PNC = Passivo Não Circulante

**OBS.:** Será considerada **inabilitada** a empresa cujo “Índice de Liquidez Geral” for inferior a **1 (um)**.

#### **b.2) “Índice de Solvência Geral”, aplicando-se a seguinte fórmula:**

$$ISG = \frac{AT}{PC + PNC} \quad \text{resultando} \quad ISG \geq 1$$

onde: ISG = Índice de Solvência Geral

AT = Ativo Total

PC = Passivo Circulante

PNC = Passivo Não Circulante

**OBS.:** Será considerada **inabilitada** a empresa cujo “Índice de Solvência Geral” for inferior a **1 (um)**.

#### **b.3) “Índice de Liquidez Corrente”, aplicando-se a seguinte fórmula:**

$$ILC = \frac{AC}{PC} \quad \text{resultando} \quad ILC \geq 1$$

onde: ILC = Índice de Liquidez Corrente

AC = Ativo Circulante

PC = Passivo Circulante.

**OBS.:** Será considerada **inabilitada** a empresa cujo “Índice de Liquidez Corrente” for inferior a **1 (um)**.

c) Certidão negativa de pedido de falência, concordata ou recuperação judicial, passada pelo Cartório Distribuidor da sede da empresa licitante .

d) A licitante deverá comprovar no ato da entrega do Envelope E possuir capital social de, no mínimo, 10% do total de verba licitada, nos moldes do artigo 31, § 3º, da Lei 8.666/93.

#### 5.2.4 – COMPROVARÃO A QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

a) Comprovante de Certificação pelo CENP - Conselho Executivo das Normas Padrão;

b) Atestado fornecido por pessoa jurídica de direito público ou privado, comprovando ter executado trabalhos de características semelhantes ao objeto desta licitação;

c) Atestado fornecido por veículo de comunicação ou fornecedor, comprovando a pontualidade da empresa licitante, no atendimento das obrigações assumidas.

d) Indicação de no mínimo 03 (três) clientes os quais a empresa atenda regularmente, mediante comprovação documental, valendo para tal, inclusive, declaração do próprio cliente.

e) Apresentação da quantificação e qualificação, sob a forma de currículo completo (nome, formação e experiência profissional) dos diretores e dos profissionais que serão colocados à disposição para execução do contrato, discriminando-se as áreas de criação e atendimento;

f) Comprovação de a licitante possuir em seu quadro permanente de funcionários ou no quadro societário, na data prevista para entrega da proposta, profissional de nível superior, ou outro devidamente reconhecido por entidade fiscalizadora dos profissionais Publicitários ou Agenciadores de Propaganda.

g) Declaração de que a empresa atende o disposto no inciso XXXIII do artigo 7º da Constituição Federal.

5.2.4.1 – A comprovação de a licitante possuir os profissionais supracitados no seu quadro societário se fará através da apresentação da cópia autenticada do Contrato Social ou documento equivalente junto com o Diploma de graduação ou Carteira de Identificação Profissional reconhecida pelas Entidades fiscalizadoras;

5.2.4.2 – A comprovação de a licitante possuir o profissional supracitado no seu quadro permanente de empregados se fará através da cópia autenticada da RE (Relação de Empregados), constante no arquivo SEFIP (Sistema Empresa de Recolhimento do FGTS e Informações à Previdência Social) do último mês de competência, comprovando o vínculo empregatício, juntamente com o Diploma de graduação ou Carteira de Identificação Profissional pelas Entidades fiscalizadoras.

5.3 – Na hipótese de ocorrer feriado ou outro fato impeditivo, a critério exclusivo da administração, que impeça a realização da sessão pública, fica adiada para o primeiro dia útil imediato, no mesmo local ou em outro a ser definido no ato.

5.4 – Os documentos anteriormente especificados deverão estar em plena vigência na data da abertura dos envelopes de habilitação, e cópia autenticada. No caso de documento que não tenha a sua validade expressa, será considerado válido até 90 (noventa) dias a contar da data de sua expedição, com exceção do balanço de verificação, quando for o caso. Os documentos poderão ser apresentados respeitando a sequência constante no presente edital, e se possível não contendo folhas soltas ou sem a devida paginação. Não serão aceitos “protocolos de entrega” ou “solicitação de documentos” em substituição aos documentos relacionados neste edital, nem aqueles apresentados através de fax.

## **6 – JULGAMENTOS DA LICITAÇÃO**

6.1 – A Subcomissão Técnica prevista no item 10 analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

6.1.1 – Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito:

6.1.2 – Plano de Comunicação Publicitária

6.1.2.1 – Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão sobre:

- a) as funções e do papel da Prefeitura Municipal de Tubarão nos contextos social, político e econômico.
- b) a natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Tubarão com seu público;
- c) as características da Prefeitura Municipal de Tubarão e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- d) a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- e) o desafio de comunicação a ser enfrentado pela Prefeitura Municipal de Tubarão;
- f) as necessidades de comunicação da Prefeitura Municipal de Tubarão para enfrentar esse desafio.

6.1.2.2 – Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito proposto à natureza e à qualificação da Prefeitura Municipal de Tubarão e a seu desafio de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Prefeitura Municipal de Tubarão com seus públicos;
- d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação da Prefeitura Municipal de Tubarão;

- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a Prefeitura Municipal de Tubarão, o mercado no qual se insere, seu desafio de comunicação, seu público, os objetivos de comunicação relacionados a esse desafio expressos no Briefing e a verba disponível.

#### 6.1.2.3 – Ideia Criativa

- a) sua adequação ao desafio de comunicação da Prefeitura Municipal de Tubarão;
- b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- g) sua pertinência às atividades da Prefeitura Municipal de Tubarão e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;
- i) a exequibilidade das peças e ou do material;
- j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

#### 6.1.2.4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura Municipal de Tubarão;
- e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;
- f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

#### 6.1.2.5 – Capacidade de Atendimento

- a) os clientes da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Tubarão;
- d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;

#### 6.1.2.6 – Repertório

- a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;
- b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;
- c) a clareza da exposição das informações prestadas;

#### 6.1.2.7 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a) a evidência de planejamento publicitário;
- b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- c) a relevância dos resultados apresentados;

#### **6.2 – O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:**

- a) Abertura dos 02 (dois) invólucros (envelopes “A” e “C”), sendo um deles com a via não identificada do plano de comunicação (envelope “A”) e o outro com o conjunto de informações referentes ao proponente de que trata o artigo 8º da Lei Federal nº 12.232/2010 (envelope “C”), em sessão pública, pela Comissão Permanente de licitação.
- b) Encaminhamento das propostas técnicas à subcomissão técnica para análise e julgamento.
- c) Análise individualizada e julgamento do plano de comunicação publicitária, desclassificando-se as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas neste instrumento convocatório, observado o disposto no inciso XIV do artigo 6º da Lei Federal nº 12.232/2010, onde será verificada ainda a conformidade de cada proposta técnica com os requisitos exigidos neste edital;
- d) Elaboração de ata de julgamento do plano de comunicação publicitária e encaminhamento à Comissão Permanente de Licitação, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.
- e) Análise individualizada e julgamento dos quesitos referentes às informações de que trata o artigo 8º da Lei Federal nº 12.232/2010 (envelope “C”), desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas neste instrumento convocatório.
- f) Elaboração de ata de julgamento dos quesitos mencionados no inciso acima, e encaminhando à Comissão Permanente de Licitação, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que se fundamentarem em cada caso.
- g) Realização de sessão pública para apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:
  - I – abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária (envelope “B”);
  - II – cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do plano de comunicação publicitária para identificação de sua autoria;
  - III – elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica;
  - IV – proclamação do resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação.
- h) Publicação do resultado do julgamento da proposta técnica, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome dos 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.
- i) Abertura dos invólucros com as propostas de preços (envelope “D”), em sessão pública, obedecendo-se ao previsto no disposto no § 2º do art. 46 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993.

- j) Publicação do resultado do julgamento 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.
- l) Convocação dos licitantes classificados no julgamento final das propostas para apresentação dos documentos de habilitação (envelope “E”), previstos no item 5.2.
- m) Recebimento e abertura do invólucro com os documentos de habilitação dos licitantes, em sessão pública, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e no instrumento convocatório.
- n) Decisão quanto à habilitação ou inabilitação dos 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.
- o) Reconhecida a habilitação dos licitantes, na forma dos incisos XI, XII e XIII deste artigo, será homologado o procedimento e adjudicado o objeto licitado, observado o disposto no § 3º do art. 2º da Lei 12.232/2010.

## **7 – DA PROPOSTA TÉCNICA**

- 7.1 – Abertos os envelopes das propostas técnicas (envelopes “A” e “C”), os respectivos documentos serão rubricados por todos os membros da Comissão e facultativamente pelos representantes dos participantes presentes na sessão após a avaliação técnica.
- 7.2 – O não comparecimento de qualquer representante não impedirá a efetivação da reunião de abertura das propostas técnicas, não cabendo aos ausentes o direito a qualquer reclamação, salvo recurso no prazo legal.
- 7.3 – Para efetuar os cálculos das notas das proponentes a SubComissão Técnica deverá utilizar as informações do Anexo VII deste Edital.
- 7.4 – Definidas as proponentes classificadas nesta fase, serão abertas as propostas de preços (envelope “D”) das mesmas.
- 7.5 – Na definição das notas não será ofertado prazo recursal, tendo em vista que a Comissão Permanente de Licitações, não prolatará qualquer decisão sobre a mesma. No entanto o resultado poderá ser questionado por ocasião do recurso da decisão final, quando a Comissão Permanente de Licitações calculará a pontuação final e declarará a empresa vencedora, conforme prevê o artigo 109 da Lei 8.666/93.

## **8 - ABERTURA DO ENVELOPE “D” DA PROPOSTA DE PREÇO**

- 8.1 – O julgamento das propostas de preço poderá alcançar o máximo de 100 (cem) pontos, observado os seguintes critérios descritos no Anexo VIII deste Edital:
- 8.2. – A análise de proposta de preços será apreciada quanto a sua admissibilidade, levando-se em conta o aspecto formal, segundo as exigências legais e condições estipuladas no Edital, permitindo-se o desconto máximo de 30% (trinta por cento) em relação à tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de Santa Catarina vigente na data da licitação e demais itens descritos no Anexo VIII deste Edital.
  - 8.2.1 – Não serão conhecidas vantagens não pedidas e não admitidas no Edital de Licitação.

8.2.2 – O julgamento adotará, para determinação do licitante vencedor, o somatório de pontos da Proposta Técnica e da Proposta de Preços, sendo declarado vencedor o licitante que obtiver o maior número de pontos.

8.2.3 – Para efetuar os cálculos das Notas dos proponentes deverá ser utilizado até a terceira casa decimal, desprezando-se as demais.

8.2.4 – No caso de empate na soma dos pontos entre duas ou mais propostas, observar-se-á o disposto no artigo 45, § 2º da Lei Federal nº 8.666/93.

8.3 – O Resultado do julgamento das propostas será publicado na Imprensa Oficial do Estado de Santa Catarina, e afixado no mural da Prefeitura Municipal de Tubarão, no endereço supracitado.

## **9 - DA FÓRMULA FINAL**

9.1 – Será considerada vencedora do certame licitatório a proposta que obtiver o MAIOR ÍNDICE GERAL (MIG), resultante do somatório do Cálculo do Índice Técnico (IT) que será aferido através da somatória das notas obtidas na proposta técnica conforme descrito no item 7.3 do edital e do Cálculo do Índice de Preço (IP), que será aferido através da somatória das notas obtidas nas propostas de preços como na fórmula a seguir:

$$\text{MIG} = (\text{IT} \times 7) + (\text{IP} \times 3)$$

Onde:

MIG = Maior Índice Geral

IT = Índice Técnico

IP = Índice de Preço

7 (sete) = Fator de Ponderação (multiplicação) do IT

3 (três) = Fator de Ponderação (multiplicação) do IP

9.2 – No caso de empate entre duas ou mais propostas, o desempate será procedido mediante sorteio público.

9.3 – Serão desclassificadas as propostas técnicas ou comerciais que não atenderem às exigências deste edital.

## **10 – SUBCOMISSÃO TÉCNICA:**

10.1 – As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão técnica, constituída por 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Município de Tubarão.

10.2 – A escolha dos membros da Subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o dobro do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados.

10.3 – A relação dos nomes referidos nos subitens 10.1 e 10.2 será publicada na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

10.4 – Para os fins do cumprimento do disposto na Lei 12.232 de 2010, até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se referem os subitens 10.1 e 10.2, mediante fundamentos jurídicos plausíveis.

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

10.6 – A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto no art. 11 da Lei n.º 12.232/2010.

10.6.1 Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 10.2.

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

10.7 – A sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no § 4º do artigo 11 da Lei 12.232 de 2010 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

10.8 – O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da subcomissão técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o Município de Tubarão”, nos termos dos §§ 1º, 2º e 3º do artigo 11 da Lei 12.232 de 2010.

## **11 – CONSULTAS E ESCLARECIMENTOS**

Os interessados poderão formular consultas, solicitar informações e obter esclarecimentos relativos ao presente certame, através do e-mail [publicidade@tubarao.sc.gov.br](mailto:publicidade@tubarao.sc.gov.br), [licitacao@tubarao.sc.gov.br](mailto:licitacao@tubarao.sc.gov.br), dirigindo-se à Prefeitura Municipal de Tubarão, no endereço citado, das 13:00 às 19:00, em dias úteis, ou pelo telefone nº (48) 3621-9000

## **12 – CRITÉRIO DE REAJUSTE**

12.1 – Sobre o contrato decorrente do presente processo licitatório não incidirão reajustes, consoante dispõe o parágrafo 1º, do artigo 2º, da Lei nº 10.192, de 14 de Fevereiro de 2001.

12.2 – Ocorrendo à prorrogação prevista na forma da Lei vigente, poderá haver reajuste financeiro mediante comprovação de alteração da Tabela Referencial de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Santa Catarina.

## **13 – CONDIÇÕES DE PAGAMENTOS**

13.1 – Todos os serviços a serem prestados terão seus custos apresentados de forma detalhada para a contratante, sob a forma de orçamento. A execução dos serviços dependerá da prévia autorização por escrito da contratante nos referidos orçamentos. Quando houver prestação de serviços por terceiros, inclusive órgãos de veiculação, os valores referentes a cada um destes terceiros será apresentado destacadamente no orçamento.

13.2 – A contratada apresentará à contratante, até o dia 05 do mês subsequente ao da efetiva prestação dos serviços, as Notas Fiscais de Prestação de Serviços referentes a sua remuneração, conforme previsto no item 2.5, acompanhadas das notas fiscais de prestação de serviços de terceiros, cuja prestação de serviço tenha sido orçada e autorizada de acordo com o disposto no subitem.

13.2.1 – Além da documentação acima, deverão ser entregues os documentos que comprovem a efetiva execução dos serviços.

13.3 – O pagamento será efetuado até o décimo dia útil do mês subsequente ao da efetiva prestação de serviços, desde que atendidas as condições estabelecidas. Qualquer atraso na entrega da documentação prevista ensejará à contratante dilatar o prazo de pagamento por prazo equivalente ao atraso observado, sem incidência de mora.

## **14 – RECURSOS**

14.1 – Todas as decisões da Comissão Permanente de Licitação serão lançadas em ata e poderão ser questionadas através de Recursos Administrativos, nos termos da Lei nº 8.666/93 e suas alterações, os quais serão recebidos e processados nos termos ali estabelecidos.

## **15 – DO RECEBIMENTO**

15.1 – O objeto desta Licitação será recebido:

- a) Provisoriamente, pelo responsável, através de recibo, para posterior comprovação de conformidade do serviço com as especificações do Edital, e definitivamente pelo mesmo responsável, após comprovação de qualidade e quantidade do produto e consequente aceitação, no prazo de até 03 (três) dias úteis da data da entrega;
- b) Será rejeitado o serviço que for executado em desacordo com o estabelecido neste Edital;
- c) Ainda que recebido em caráter definitivo, subsistirá, na forma da Lei, a responsabilidade do adjudicatário pela solidez, qualidade e segurança do produto fornecido.

## **16 - DISPOSIÇÕES FINAIS**

16.1 – A Comissão Permanente de Licitações da Prefeitura Municipal de Tubarão poderá tolerar o não cumprimento de alguma exigência de caráter eminentemente burocrático, descrito no presente edital, desde que tal tolerância venha em defesa dos interesses do Município e não se constitua num desvio substancial da proposta.

16.2 – O Município de Tubarão não tolerará fraude ou sua tentativa, podendo, inclusive, a qualquer tempo, inspecionar as instalações do Licitante para averiguação da Qualificação Técnica / Capacidade de Atendimento / Qualificação Econômico-Financeiro.

16.3 – A Agência de Propaganda guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade e promoção que estejam de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais legislações vigentes, a moral e os bons costumes.

16.4 – Nenhuma indenização será devida as licitantes em razão da elaboração e/ou apresentação de documentação relativa ao presente Edital.

16.5 – A licitante vencedora assumirá integralmente e exclusivamente todas as responsabilidades no que diz respeito às obrigações fiscais, trabalhistas, previdenciárias e todos os demais encargos que por ventura venham a incidir sobre o objeto do presente Edital.

16.6 – No caso de todos os licitantes forem inabilitados ou todas as propostas forem desclassificadas, a Comissão convocará todos os licitantes para, no prazo de 08 (oito) dias úteis, apresentarem nova documentação ou outras propostas escoimadas das causas que motivaram a inabilitação ou desclassificação.

16.7 – Após a divulgação do julgamento, decorrido o prazo de recursos previstos na Lei nº 8.666/93, a Comissão Permanente de Licitação submeterá o Processo à autoridade superior, para fins de homologação, revogação ou anulação da Licitação.

16.8 – A Presente Licitação poderá ser revogada por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado ou anulado por ilegalidade, de ofício ou mediante provocação de terceiros, através de parecer escrito devidamente

fundamentado, sem que caiba aos licitantes o direito a indenização, ressalvado o disposto no parágrafo único do artigo 59 da Lei nº 8.666/93.

16.9 – Os preços contratados poderão sofrer alterações de acordo com as condições estabelecidas pelo artigo 65, inciso II, da Lei Federal nº 8.666/93, e alterações.

16.10 – Atendida a conveniência administrativa, ficam os licitantes vencedores obrigados a aceitar, nas mesmas condições contratuais ou de fornecimento, os eventuais acréscimos ou supressões de que trata o parágrafo 1º, do artigo 65, da Lei Federal nº 8.666/93.

16.11 – A Comissão Permanente de Licitação compete além do julgamento da presente Licitação, decidir no tocante às dúvidas ou omissões decorrentes deste Edital.

16.12 – As dúvidas suscitadas pelas licitantes quanto à interpretação de qualquer parte deste Edital, assim como esclarecimentos sobre quaisquer incorreções ou discrepâncias encontradas no mesmo, deverão ser formuladas por escrito e encaminhado à Comissão Permanente de Licitação da Prefeitura Municipal de Tubarão, em até 02 (dois) dias úteis antes da data fixada para apresentação das propostas.

16.13 – A apresentação da proposta implica na aceitação plena e total das condições estabelecidas no Edital.

16.14 – Onde o Edital for omissivo prevalecerão os termos da Lei Federal nº 12.232/10 e complementarmente as Leis nº 4.680/65 e 8.666/93 e demais legislações em vigor.

Tubarão/SC, 24 de agosto de 2015.

---

JOÃO OLAVIO FALCHETTI  
PREFEITO

## ANEXO I

### Termo de Referência

#### 1 – OBJETO

Este termo de referência tem o objetivo de estabelecer parâmetros para a contratação de empresa especializada na oferta de serviços de publicidade para atender ao Município de Tubarão e Fundações Municipais Desenvolvimento Social, Saúde, Educação, Meio Ambiente e Cultura e Esporte. Tal empresa deverá apresentar capacidade técnica e operacional para executar atividades de planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, sempre com a meta de contribuir para a promoção da instituição, por meio de ações, atividades, propostas, programas e projetos por ela patrocinados ou implementados. O termo de referência expressa a preocupação do Município de Tubarão em agir com transparência na condução do referido processo e em oferecer aos interessados todas as informações necessárias para que possam compreender suas dimensões institucional, administrativa, política e ética.

Conforme determinação da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2011, a contratação de Agência de Publicidade e Propaganda especializada 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 Município de Tubarão, com o objetivo de difundir ideias ou informar o público em geral, observado o caráter educativo, informativo e de orientação social, nos termos do artigo 37, §1º da Constituição Federal.

Poderão ser incluídos como atividades complementares: os serviços especializados pertinentes 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; à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados; e 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.

É vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor.

As pesquisas e avaliações, previstas como atividades complementares, terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em

decorrência da execução do contrato, sendo vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.

A licitação tem por objeto a contratação de 01 (uma) agência de publicidade e propaganda para prestação de serviços descritos neste Termo de Referência.

A agência atuará por ordem e conta da CONTRATANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/65, na contratação de:

- a) fornecedores de serviços de produção especializados ou não, necessários para a execução técnica das peças, campanhas, matérias e demais serviços conexos, previstos no item 2;
- b) veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitário, sem qualquer restrição de mídia.

## 2 – PROCEDIMENTOS OPERACIONAIS

A agência de publicidade e propaganda deverá efetuar, obrigatoriamente, os seguintes serviços:

- Estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de publicidade de quaisquer naturezas para a CONTRATANTE;
- Veiculações institucionais, administrativas e de marketing das atividades da CONTRATANTE;

Os serviços a serem prestados deverão ser realizados da seguinte forma:

- A criação e realização das peças deverão ser efetuadas de acordo com as informações, orientações e determinações da CONTRATANTE;
- O resultado deverá ser previamente submetido à análise e aprovação da CONTRATANTE;
- A divulgação será realizada nas formas e meios previamente definidos, escolhidos e determinados pela CONTRATANTE;
- A agência de propaganda só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem da CONTRATANTE, se previamente os identificar e tiver sido pela mesma expressamente autorizada.

Obrigações da Contratada:

- Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade;
- Realizar - com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de terceiros todos os serviços relacionados com o objeto do contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo Contratante;
- Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros e transferir, integralmente, ao Contratante, descontos especiais (além dos normais, previstos em tabelas), bonificações, reaplicações, prazos especiais de pagamento e outras vantagens, cuja negociação deverá ter a presença obrigatória de membro da Administração Pública;
- Fazer cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, três propostas, com a indicação da mais adequada para sua execução. Se não houver

possibilidade de obter três propostas, a futura Contratada deve apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

- Obter a aprovação prévia do Contratante, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

- Submeter a subcontratação de terceiros somente para a execução de serviços objeto do Contrato, devidamente autorizados no Edital da licitação, à prévia e expressa anuência do Contratante. Nesses casos, a futura Contratada permanece com todas as suas responsabilidades contratuais perante o Contratante. A contratação de serviços ou compra de material de empresas em que a futura Contratada, ou seus funcionários, tenham, direta ou indiretamente, participação societária, ou qualquer vínculo comercial, somente poderá ser realizada após comunicar ao Contratante esse vínculo e obter sua aprovação.

- Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da futura Contratada, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da Contratada pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria futura Contratada ou por terceiros por ela contratada.

- Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolva o nome do Contratante, mediante sua prévia e expressa autorização.

- Prestar esclarecimentos ao Contratante sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a futura Contratada, independentemente de solicitação.

- Submeter previamente ao Contratante a eventual caução ou utilização deste Contrato em qualquer operação financeira.

- Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na licitação que dará origem ao ajuste a ser firmado.

- Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

- Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus funcionários e, quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros contratados.

- Assumir, com exclusividade, todos os impostos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

- Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

- Apresentar, quando solicitado pelo Contratante, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

- Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e o própria Contratante. Em casos de contratação de terceiros, nos estreitos limites de permissão do Edital da licitação que originará o Contrato, para a execução, total ou

parcial, de serviços estipulados neste instrumento, exigir dos eventuais contratados, no que couber, as mesmas condições do contrato.

- Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do Contratante. A infração a este dispositivo implicará a rescisão imediata deste contrato e sujeitará a futura Contratada às penas legais e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

- Responder perante ao Contratante e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.

- Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para o Contratante.

- Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a futura Contratada adotará as providências necessárias no sentido de preservar o Contratante e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará ao Contratante as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de dez dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

- Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto do contrato.

### 03 – PRAZO DE EXECUÇÃO

O prazo de execução do serviço a ser contratado será de 12 (doze) meses a partir da adjudicação, contados da data da assinatura do Contrato, podendo ser prorrogado até o limite de 60 (sessenta) meses, com vista à obtenção de preços e condições mais vantajosos para a Administração.

### 04 – PREÇOS

Para a consecução do objeto, o Município de Tubarão estabelecerá como valor máximo a ser disponibilizado com a contratação a quantia de R\$ 1.579.678,71 (um milhão, quinhentos e setenta e nove mil, seiscentos e setenta e oito reais e setenta e um centavos), que será paga à proporção da realização dos serviços, pelos custos de criação e produção decorrentes dos trabalhos de produção interna (serviços internos) executados pela agência de propaganda, descontados os valores referentes ao desconto proposto sobre os valores da Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda de Santa Catarina ofertado pela proponente na respectiva proposta.

## Anexo II BRIEFING

### 1 - Informações gerais e históricas

A Ouvidoria foi reestruturada em junho de 2013, passando a atender de forma presencial, por e-mail, por telefone e ainda por meio de formulário via site do município.

#### Nossa missão

A Ouvidoria do município de Tubarão tem como missão aprimorar a qualidade dos serviços públicos municipais prestados à população.

#### O que é a Ouvidoria?

A Ouvidoria é um departamento da secretaria de Governo que busca estabelecer um canal de comunicação direto entre os cidadãos e o órgão municipal, visando ao estreitamento desta relação.

#### Para que serve?

Para os cidadãos apresentarem suas manifestações, tais como reclamações, denúncias, elogios e sugestões referentes aos serviços prestados pelo município.

#### Como funciona?

A Ouvidoria recebe o contato do cliente-cidadão, examina e verifica a procedência e encaminha para os órgãos responsáveis, cobrando soluções e respondendo ao cliente-cidadão dentro de um prazo de 15 dias por e-mail ou telefone.

#### Quando procurar a Ouvidoria?

O cliente-cidadão pode recorrer à Ouvidoria quando não obtiver resposta ou solução satisfatória junto ao órgão municipal, sentir-se mal atendido ou deixar de ter seus direitos garantidos.



#### Formas de contato

Por e-mail: [ouvidoria@tubarao.sc.gov.br](mailto:ouvidoria@tubarao.sc.gov.br).

Por telefone: 48 – 3621-9051

Atendimento presencial: Endereço: rua Felipe Schmidt, nº 108 (Paço Municipal) – Centro, CEP: 88701-180. Horário: de segunda a sexta-feira, das 13h às 19h.

Formulário no site:

[http://www.tubarao.sc.gov.br/cms/pagina/ver/codMapaltem/24615#.VbErT\\_IViko](http://www.tubarao.sc.gov.br/cms/pagina/ver/codMapaltem/24615#.VbErT_IViko)

## 2 – Desafio de Comunicação

A intenção é divulgar o serviço oferecido pelo poder público municipal por meio da Ouvidoria.

Objetivo geral: criar uma campanha publicitária que divulgue a Ouvidoria.

Objetivos específicos:

- Criar materiais voltados para a divulgação da Ouvidoria, enfatizando a forma como o cidadão pode entrar em contato com o órgão e em quais casos o mesmo deve ser acionado.

#### Público-alvo

A campanha publicitária deverá atingir os moradores de Tubarão e incentivá-los a utilizar este serviço.

#### Marca

A intenção da campanha é divulgar os serviços de Ouvidoria para que o cidadão procure o poder público sempre como primeira opção, tão logo constate um problema ou uma irregularidade.

#### Período

A previsão de distribuição e/ou veiculação desta campanha é entre 1º de outubro de 2015 a 1º de dezembro de 2015. Entretanto, a veiculação dos produtos de mídia e não mídia pode ser disposta conforme sugestão da agência no Plano de Mídia, a serem seguidos ou ajustados no decorrer do contrato.



Verba referencial para investimento nesta campanha

R\$ 80.000,00 (oitenta mil reais)

#### Informações

O site da prefeitura ([www.tubarao.sc.gov.br](http://www.tubarao.sc.gov.br)) tem informações adicionais sobre a Ouvidoria, bem como matérias sobre os balanços de atendimentos realizados.

ANEXO III

MINUTA DE CONTRATO  
C O N T R A T O Nº xx/2015

O MUNICÍPIO DE TUBARÃO, pessoa jurídica de direito público, estabelecido na Rua Felipe Schmidt, Nº 108, Centro, Tubarão/SC, inscrito no CNPJ sob o Nº 82.928.656/0001-33, neste ato representada pelo Prefeito Municipal, Sr. João Olávio Falchetti, designada doravante de CONTRATANTE, e de outro lado a empresa \_\_\_\_\_, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o número \_\_\_\_\_, com sede \_\_\_\_\_, cidade \_\_\_\_\_, neste ato representada por \_\_\_\_\_, CPF \_\_\_\_\_, designada simplesmente CONTRATADA, têm, entre si, justo e avençado, e celebram, por força do presente instrumento, um contrato para prestação de serviços de publicidade, objeto da Concorrência nº 04/2015, Processo nº xxx/2015, homologado em xx/xx/20xx, mediante os termos e condições a seguir:

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO:

1.1 O presente contrato tem por objeto a contratação dos serviços de propaganda para prestação de serviços de publicidade, propaganda e marketing, compreendendo estudo, planejamento, criação, produção, distribuição, veiculação de programas e campanhas promocionais e institucionais, contratação de pesquisas de opinião mercadológicas e comportamentais, dentre outros e as especificações constantes nas propostas técnica e comercial da contratada, que são partes integrantes e inseparáveis deste instrumento, para todos os efeitos legais e convencionais, de acordo com as especificações constantes do Edital da Concorrência nº 04/2015 e seus anexos, e propostas da Contratada, que passam a fazer parte integrante deste instrumento, de acordo com o art. 55, XI da Lei nº 8.666/93, independentemente de suas transcrições.

1.2 Nenhum serviço poderá ser executado sem solicitação prévia e expressamente autorizada pela CONTRATANTE.

1.3. Poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes 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; à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados; e 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.

1.4. É vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor.

1.5. As pesquisas e avaliações, previstas como atividades complementares, terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato, sendo vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.

## CLÁUSULA SEGUNDA - DA REMUNERAÇÃO DA CONTRATADA:

2.1 - A remuneração da Agência contratada far-se-á de acordo com a sua proposta comercial, observando-se os parâmetros seguintes:

Item “a”

Produção: Honorários correspondentes a 15% (quinze por cento) sobre os preços, previamente autorizados, dos fornecedores dos trabalhos de produção. A porcentagem, acima referida, incidirá sobre o valor da fatura do fornecedor.

Veiculação: Honorários a 20% (vinte por cento) sobre os preços de tabela de veículo de comunicação, ou sobre os preços acertados para a veiculação, e previamente autorizados pela CONTRATANTE.

Item “b”

Será de ..... o percentual de desconto sobre a tabela do Sindicato das Agências de Propaganda de Santa Catarina a ser cobrado sobre os serviços de criação da Agência.

2.2 – A verba máxima a ser disponibilizada com os serviços objeto deste Contrato será utilizada na seguinte proporção: Município de Tubarão - R\$ 1.000.000,00 (um milhão reais), Fundação Municipal de Desenvolvimento Social - R\$ 100.000,00 (cento mil), Fundação Municipal de Educação - R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais), Fundação Municipal de Meio Ambiente - R\$ 30.000,00 (trinta mil reais), Fundação Municipal de Cultura e Esporte - R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais), Fundação Municipal de Saúde - R\$ 174.678,71 (cento e setenta e quatro mil, seiscentos e setenta e oito reais e setenta e um centavos), e Fundo Municipal de Meio Ambiente – R\$ 25.000,00 (vinte e cinco mil reais), totalizando R\$ 1.579.678,71 (um milhão, quinhentos e setenta e nove mil, seiscentos e setenta e oito reais e setenta e um centavos).

2.3 – As despesas com a presente contratação correrão por conta das seguintes dotações orçamentárias:

- 07.01.2.007.3.3.90.39.88.0200 (18) – R\$ 1.000.000,00;
- 36.01.2.029.3.3.90.39.88.0614 (27) – R\$ 82.975,81;
- 36.01.2.034.3.3.90.39.88.0307 (70) – R\$ 4.200,00;
- 36.01.2.034.3.3.90.39.88.0307 (70) – R\$ 4.200,00;
- 36.01.2.033.3.3.90.39.88.0215 (57) – R\$ 12.600,00;
- 36.01.2.054.3.3.90.39.88.0816 (90) – R\$ 10.482,46;
- 36.01.2.054.3.3.90.39.88.0691 (89) – R\$ 10.762,46;
- 36.01.2.051.3.3.90.39.88.0334 (73) – R\$ 49.457,98;
- 26.01.2.043.3.3.90.39.88.0200 (2) - R\$ 30.000,00;

- 37.01.2.044.3.3.90.39.88.0200 (134) – R\$ 25.000,00;
- 27.01.2.045.3.3.90.39.88.0200 (9) – R\$ 25.000,00;
- 27.01.2.046.3.3.90.39.88.0200 (17) – R\$ 25.000,00;
- 25.01.2.035.3.3.90.39.88.0214 (08) – R\$ 100.000,00;
- 25.01.2.036.3.3.90.39.88.0214 (22) – R\$ 100.000,00;
- 35.01.2.024.3.3.90.39.88.0200 (9) – R\$ 100.000,00

2.4 – O valor deste contrato é meramente estimativo não cabendo a contratada quaisquer direitos caso o mesmo não seja atingido durante a sua vigência, ficando a critério do contratante a utilização ou não do valor.

2.5 – A contratada, antes da autorização do serviço, deverá apresentar à Prefeitura Municipal de Tubarão, orçamento do veículo de comunicação (onde se pretende que ocorra a veiculação) ou 03 (três) orçamentos de fornecedores (para custos que não sejam de veiculação), de modo a comprovar que estes são os preços praticados no mercado.

2.6 – Todo e qualquer serviço autorizado será pago no prazo máximo de trinta (30) dias, contados da respectiva certificação dos serviços, mediante apresentação da respectiva nota fiscal, devidamente acompanhada dos seguintes documentos:

- a) Cópia da fatura dos veículos de comunicação e fornecedores;
- b) Comprovantes de veiculação, nos seguintes casos:

Mídia impressa: páginas originais de jornais, de revistas e outros veículos assemelhados com as devidas publicações e fotos no caso de “outdoors”;

Mídia eletrônica: comprovantes de irradiação, ou outro meio comprobatório autorizado pela CONTRATANTE.

Comprovantes de produção dos seguintes termos:

- a) entrega dos materiais impressos;
- b) entrega de produções eletrônicas (em DVD, CD ou MD);
- c) entrega de fotolitos;
- d) entrega de cromos.

2.7. Nenhum pagamento será efetuado à CONTRATADA enquanto houver pendência de liquidação de obrigação financeira, em virtude de penalidade ou inadimplência contratual;

2.8. Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela CONTRATADA, de prazo de pagamento, serão de sua exclusiva responsabilidade;

2.9 Nos preços estão incluídos todas as despesas que, direta ou indiretamente, decorram da execução deste Contrato, inclusive custos com pessoal, encargos sociais, trabalhistas e previdenciários, administração, tributos, emolumentos e contribuições de qualquer natureza;

2.10 As formas de remuneração aqui estabelecidas poderão ser renegociadas, no interesse do CONTRATANTE, quando da renovação ou prorrogação deste Contrato.

#### CLÁUSULA TERCEIRA - DA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS:

3.1. A CONTRATADA deverá, obrigatoriamente, efetuar os seguintes serviços:

I - Estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de publicidade de quaisquer naturezas para o CONTRATANTE;

II - Veiculações institucionais, administrativas e de marketing, em caráter informativo, das atividades do CONTRATANTE;

3.2. Os serviços a serem prestados deverão ser realizados da seguinte forma:

I - A criação e realização das peças deverão ser efetuadas de acordo com as informações, orientações e determinações do CONTRATANTE;

II - O resultado deverá ser previamente submetido à análise e aprovação da CONTRATANTE;

III - A divulgação será realizada nas formas e meios previamente definidos, escolhidos e determinados pelo CONTRATANTE;

IV - A agência de propaganda só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem do CONTRATANTE, se previamente os identificar e tiver sido pela mesma expressamente autorizada.

3.3. Os serviços serão executados pela CONTRATADA, com o fornecimento de toda mão de obra, material e equipamento necessários, sendo permitida a contratação de fornecedores de bens e serviços auxiliares, se necessários ao cumprimento do objeto licitado, e desde que previamente submetido à anuência do CONTRATANTE; nessa hipótese, a CONTRATADA será responsável pela administração dos suprimentos de bens e serviços dos terceiros fornecedores e pela integral execução dos serviços que competirem a ela, CONTRATADA, arcando integralmente com os encargos de qualquer natureza deste, decorrentes;

3.4. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pela Contratante poderão fornecer à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato;

a - O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do acima previsto exigirá sempre a apresentação, pela CONTRATADA ao CONTRATANTE, de 3 (três) orçamentos, obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

b - No caso do item suprarreferido, a CONTRATADA procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do CONTRATANTE, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato;

3.5. Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao CONTRATANTE para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de

inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível;

3.6. Pertencem ao CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

3.7. Todas as peças criadas, produzidas, e veiculadas, exibidas, distribuídas, divulgadas ou expostas, oriundas do Contrato e efetuadas em decorrência do mesmo, realizadas pela CONTRATADA, serão de propriedade do CONTRATANTE, devendo ser entregues cópias das mesmas, mensalmente, à Prefeitura Municipal de Tubarão, e a Contratada já deverá computar em seus preços estes valores, uma vez que não poderão utilizar os mesmos, sem prévia autorização por escrito da CONTRATANTE, de acordo com o tratamento dos Direitos Autorais estabelecidos em Lei;

3.8 Os originais dos materiais desenvolvidos para a execução dos serviços ficarão sob a guarda da CONTRATADA, mas disponíveis a qualquer tempo ao CONTRATANTE, que poderá, a seu critério, requisitar novas cópias dos originais, para comprovação da prestação do serviço e arquivo próprio, vedada a transferência a agentes de qualquer espécie ou uso além das finalidades solicitadas em plano de campanha específica.

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

3.10. A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem do CONTRATANTE, se previamente os identificar e tiver sido pela mesma expressamente autorizada.

3.11. Ocorrendo à concessão de planos de incentivo por veículo de divulgação, é facultativa a sua aceitação por parte da CONTRATADA, e os frutos deles resultantes constituem, para todos os fins de direito, receita própria da agência;

a - A equação econômico-financeira definida nesta licitação e no Contrato dela decorrente não se altera em razão da vigência ou não de planos de incentivo referidos no subitem acima, cujos frutos estão expressamente excluídos dela;

b - A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses do CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados;

c - O desrespeito ao disposto no subitem anterior constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, uma vez comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções legais previstas;

3.12. Para fins de interpretação da legislação de regência, valores correspondentes ao desconto padrão de agência pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes, constituem receita da agência de publicidade e, em consequência, o veículo de divulgação não pode, para quaisquer fins, faturar e

contabilizar tais valores como receita própria, inclusive quando o repasse do desconto-padrão à agência de publicidade for efetivado por meio de veículo de divulgação.

#### CLÁUSULA QUARTA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DAS ATRIBUIÇÕES DO CONTRATANTE

4.1. A CONTRATADA, durante a vigência deste Contrato, se obriga a:

I - Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade;

II - Realizar - com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de terceiros - todos os serviços relacionados com o objeto do contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo CONTRATANTE;

III - Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros e transferir, integralmente, ao CONTRATANTE, descontos especiais (além dos normais, previstos em tabelas), bonificações, reaplicações, prazos especiais de pagamento e outras vantagens, cuja negociação deverá ter a presença obrigatória de membro da Administração Pública;

IV - Fazer cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, três propostas, com a indicação da mais adequada para sua execução. Se não houver possibilidade de obter três propostas, a CONTRATADA deve apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

V - Obter a aprovação prévia do CONTRATANTE, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

VI - Submeter à subcontratação de terceiros somente para a execução de serviços objeto do contrato, devidamente autorizados no Edital da Concorrência, à prévia e expressa anuência do CONTRATANTE. Nesses casos, a CONTRATADA permanece com todas as suas responsabilidades contratuais perante o CONTRATANTE. A contratação de serviços ou compra de material de empresas em que a Contratada, ou seus funcionários, tenham, direta ou indiretamente, participação societária, ou qualquer vínculo comercial, somente poderá ser realizada após comunicar à Contratante esse vínculo e obter sua aprovação.

VII - Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da Contratante, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até à data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por terceiros por ela contratada.

VIII - Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolva o nome do CONTRATANTE, mediante sua prévia e expressa autorização.

IX - Prestar esclarecimentos ao CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

X - Submeter previamente ao CONTRATANTE a eventual caução ou utilização deste Contrato em qualquer operação financeira.

XI - Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste.

XII - Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado

causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

XIII - Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus funcionários e, quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros contratados.

XIV - Assumir, com exclusividade, todos os impostos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

XV - Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

XVI - Apresentar, quando solicitado pelo CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

XVII - Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e o próprio CONTRATANTE.

Em casos de contratação de terceiros, nos estreitos limites de permissão do Edital que originou este Contrato, para a execução, total ou parcial, de serviços estipulados neste instrumento, exigir dos eventuais contratados, no que couber, as mesmas condições do contrato.

XVIII - Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestritos e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do CONTRATANTE. A infração a este dispositivo implicará a rescisão imediata deste contrato e sujeitará a CONTRATADA às penas legais e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

XIX - Responder perante o CONTRATANTE e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.

XX - Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para ao CONTRATANTE.

XXI - Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços

prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar ao CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará ao CONTRATANTE as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de dez dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

XXII- Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato.

4.2. O CONTRATANTE, durante a vigência deste Contrato, se atribui a:

I - Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA.

II - Comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte quatro) horas úteis.

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

IV - Proporcionar condições para a boa execução dos serviços.

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

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

VII - Suspender o pagamento da CONTRATADA quando identificado atraso superior a 10 (dez) dias no pagamento/repasse a terceiros, de valores desembolsados pelo CONTRATANTE. O CONTRATANTE notificará a CONTRATADA, por escrito, quando desta suspensão de pagamentos e retomará a normalidade nos pagamentos apenas quando da comprovação da regularização da situação da CONTRATADA com relação a terceiros.

#### CLÁUSULA QUINTA - DAS PENALIDADES DA CONTRATADA:

5.1 – De conformidade com o estabelecido nos arts. 77, 78, 86 e 87 da Lei Federal nº 8.666/93, alterada pela Lei nº 8.883, de 08/06/94, pela Lei 9.648, de 27/05/98, e demais normas pertinentes, o contratado que descumprir as condições da proposta, ficará sujeito às seguintes penas, todas oriundas de decisões administrativas recorríveis e sujeitas ao devido processo legal.

I - Advertência expressa;

II - Multa, na forma prevista no instrumento convocatório ou no Contrato;

III - Suspensão temporária de participação em Licitação;

IV - Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública;

5.2 – Sem prejuízo das demais sanções previstas na Lei nº 8.666/93, o licitante vencedor ficará sujeito as seguintes multas:

5.2.1. – Multa de 1% (um por cento) do valor total da campanha, por dia de atraso ou atraso em relação às etapas do cronograma;

5.2.2. – Multa de 10% (dez por cento) sobre o valor da campanha, quando a licitante vencedora:

j) prestar informações inexatas ou causar embaraços à fiscalização;

k) transferir ou ceder suas obrigações no todo ou em parte a terceiros, sem prévia autorização do contratante;

- l) executar os serviços em desacordo com a proposta de atividade publicitária, normas técnicas ou especificações, independente da obrigação de fazer as correções necessárias às suas expensas;
- m) desatender as determinações da fiscalização;
- n) cometer qualquer infração às normas legais federais, estaduais e municipais, respondendo ainda pelas multas aplicadas pelos órgãos competentes em razão da infração cometida;
- o) não iniciar, sem justa causa, a execução dos serviços contratados no prazo fixado, estando sua proposta dentro do prazo de validade;
- p) ocasionar, sem justa causa, atraso superior a trinta dias na execução dos serviços contratados;
- q) recusar-se a executar, sem justa causa, no todo ou em parte os serviços contratados;
- r) praticar por ação ou omissão, qualquer ato que, por imprudência, imperícia, dolo ou má fé, venha a causar à contratante ou a terceiros, independente da obrigação da contratada em reparar os danos causados.

5.2.3. – As multas poderão ser reiteradas e aplicadas em dobro, sempre que houver reincidência.

5.2.4. – Sem prejuízo de outras sanções, aplicar-se-á à contratada, a pena de suspensão do direito de licitar com a contratante e seus órgãos descentralizados, pelo prazo de até dois anos, em função da gravidade da falta cometida.

5.2.5. – Quando o objeto do contrato não for entregue e aceite até o vencimento do prazo estipulado, poderá ser aplicada à pena de suspensão do direito de licitar que perdurará até que seja feita a sua entrega, sem prejuízo de outras penalidades previstas em Lei.

5.2.6. – As multas aplicadas na execução do contrato serão descontadas dos pagamentos, a critério exclusivo do Município e, quando for o caso, cobradas judicialmente.

As penalidades relativas ao impedimento de contratar com a Administração e declaração de inidoneidade por período de até dois (02) anos, serão cominadas nas condições definidas pela CONTRATANTE, em caso de faltas graves ocorridas na vigência do contrato, apuradas em processo administrativo.

#### CLÁUSULA SEXTA – DO PRAZO E REAJUSTE CONTRATUAL:

6.1 – O prazo de vigência do presente contrato será de 12 (doze) meses, a partir da data da sua assinatura, podendo ser prorrogado mediante interesse das partes, respeitado interesse público e de acordo com a legislação pertinente, pelo prazo máximo de 60 (sessenta) meses.

6.2 – Durante a vigência do presente contrato só haverá reajuste financeiro mediante comprovação de alteração da Tabela Referencial de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Santa Catarina.

**CLÁUSULA SÉTIMA - DAS RESPONSABILIDADES E OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE:**

Sem prejuízo das obrigações previstas nas demais cláusulas, é obrigação do CONTRATANTE efetuar o pagamento dentro dos prazos estabelecidos na cláusula segunda deste contrato.

**CLÁUSULA OITAVA – DAS RELAÇÕES ENTRE AS PARTES:**

8.1 – O presente contrato não gerará quaisquer vinculações tributárias, trabalhistas e previdenciárias para o CONTRATANTE.

8.2 – As partes poderão indicar representante para arbitrar e solucionar os assuntos e problemas técnicos e rotineiros que porventura vierem a acontecer.

**CLÁUSULA NONA – DA RESCISÃO:**

O presente contrato poderá ser rescindido, a critério da CONTRATANTE, independente de interpelação

judicial, quando a CONTRATADA der ensejo aos seguintes motivos:

9.1. O não cumprimento total ou parcial deste Contrato enseja sua rescisão, independentemente de notificação ou interpelação judicial ou extrajudicial, além da aplicação das sanções previstas, desde que ocorra quaisquer dos seguintes motivos:

9.1.1. o não cumprimento de cláusulas contratuais, especificações, projetos e prazos;

9.1.2. o cumprimento irregular de cláusulas contratuais, especificações, projetos e prazos;

9.1.3. a lentidão no cumprimento do contrato, levando o CONTRATANTE a presumir a não conclusão dos serviços no prazo estipulado;

9.1.4. o atraso injustificado do início da execução do contrato;

9.1.5. a paralisação da execução do contrato, sem justa causa e sem prévia comunicação e autorização do CONTRATANTE;

9.1.6. a subcontratação total ou parcial da execução do contrato, sem autorização expressa da CONTRATANTE; a associação do contratado com outrem; a cessão ou transferência, total ou parcial, do contrato; bem como a fusão, cisão ou incorporação da pessoa jurídica da contratada, que afete a boa execução contratual;

9.1.7. o desatendimento das determinações regulares do gerente de contrato do CONTRATANTE, bem como dos seus superiores hierárquicos;

9.1.8. o cometimento reiterado de faltas na execução do contrato que serão anotadas no "livro de ocorrência" do contrato;

9.1.9. a decretação de falência, ou pedido de recuperação judicial ou extrajudicial;

9.1.10 a dissolução da sociedade;

9.1.11 a alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da CONTRATADA, que, a juízo do CONTRATANTE, prejudique a execução do contrato;

9.1.12 razões de interesse do serviço público, de alta relevância e amplo conhecimento, justificadas e determinadas pelo Prefeito Municipal e exaradas no processo administrativo a que se refere este Contrato;

9.1.13. a supressão, por parte do CONTRATANTE de serviços acarretando modificação do valor inicial do contrato além do limite permitido de 25% (vinte e cinco por cento);

9.1.14 a suspensão da execução deste Contrato, por ordem escrita do CONTRATANTE, por prazo superior a 120 (cento e vinte) dias, salvo, em caso de calamidade pública, grave perturbação da ordem interna ou guerra, ou ainda por repetidas suspensões que totalizem o mesmo prazo, independentemente do pagamento obrigatório de indenizações pelas sucessivas e contratualmente imprevistas desmobilizações e mobilizações e outras previstas, assegurado do cumprimento das obrigações assumidas até que seja normalizada a situação;

9.1.15 o atraso superior a 90 (noventa) dias dos pagamentos devidos pelo CONTRATANTE, decorrentes de serviços e serviços já medidos, verificados, classificados ou conferidos, salvo, em caso de calamidade pública, grave perturbação da ordem ou guerra, assegurado a CONTRATADA, o direito de optar pela suspensão do cumprimento de suas obrigações até que seja normalizada a situação;

9.1.16. a não liberação, por parte do CONTRATANTE, de área, local ou objeto para execução do serviço, nos prazos contratuais, bem como das fontes de materiais naturais especificadas no projeto;

9.1.17 a ocorrência de caso fortuito ou de força maior, regularmente comprovada, impeditiva da execução deste Contrato.

9.2. Este Contrato poderá ser rescindido na ocorrência de quaisquer dos seguintes motivos:

9.2.1. determinada por ato unilateral e escrito do CONTRATANTE, nos casos enumerados nos itens 9.1.1. a 10.1.10. desta Cláusula;

9.2.2. amigável, por acordo entre a parte, reduzida a termo no processo da licitação que deu origem a este Contrato, desde que haja conveniência para o CONTRATANTE;

9.2.3. judicial, nos termos da legislação processual civil.

9.2.4. Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do processo, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

9.3. A rescisão administrativa ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada do Prefeito Municipal.

9.4. A rescisão contratual motivada por qualquer das condições definidas do item 9.1.1. a 9.1.12 e ao 9.1.17. desta Cláusula, acarreta às seguintes consequências para a

CONTRATADA, sem prejuízo das sanções previstas na Cláusula Doze – Das Sanções Administrativas:

9.4.1. assunção imediata, pelo CONTRATANTE, do objeto deste Contrato, no estado e local em que se encontrar, por ato do próprio do Prefeito Municipal;

9.4.2. ocupação e utilização do local, pelo CONTRATANTE, das instalações, equipamentos e material empregados na execução do contrato, necessários à sua continuidade, a serem devolvidos ou ressarcidos posteriormente mediante avaliação;

9.4.3. retenção dos créditos decorrentes da execução deste Contrato, até o limite dos prejuízos causados ao CONTRATANTE.

9.4.4. O CONTRATANTE poderá, a seu exclusivo juízo, em caso de recuperação judicial ou extrajudicial da CONTRATADA, a que se refere o item 9.1.9. desta Cláusula, manter este Contrato, assumindo o controle de determinadas atividades necessárias a sua execução.

9.5. Na hipótese de ocorrência do que expressa o item 9.4.2. desta Cláusula, o ato de ocupação será precedido de autorização expressa do Prefeito Municipal.

9.6. Ocorrendo a rescisão, a parte inadimplente ressarcirá a outra parte por danos por via administrativa ou judicial.

## CLÁUSULA DÉCIMA - DAS MODIFICAÇÕES DO CONTRATO

10.1. A CONTRATADA fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos e supressões que, a critério do CONTRATANTE, se façam necessários nos serviços objeto deste Contrato, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor reajustado deste Contrato.

10.2. Este contrato somente poderá ser alterado nas seguintes situações:

10.2.1. unilateralmente pelo CONTRATANTE, quando houver modificação do projeto ou das especificações, para melhor adequação técnica aos seus objetivos.

10.2.2. por acordo das partes:

a) quando necessária à modificação do regime de execução do serviço, em face de verificação técnica da inaplicabilidade dos termos contratuais originários;

b) quando necessária à modificação da forma de pagamento por imposição de circunstâncias supervenientes, mantido o valor inicial atualizado, vedada à antecipação do pagamento com relação ao cronograma financeiro fixado, sem a correspondente contraprestação de fornecimento de bens ou execução de obra ou serviço;

c) para restabelecer a relação que as partes pactuaram inicialmente entre os encargos do CONTRATADO e a retribuição do CONTRATANTE para a justa remuneração do serviço, objetivando a manutenção do equilíbrio econômico-financeiro inicial do contrato, na hipótese de sobrevirem fatos imprevisíveis, ou previsíveis porém de consequências incalculáveis, retardadores ou impeditivos da execução do ajustado, ou ainda, em caso

de força maior, caso fortuito ou fato do príncipe, configurando álea econômica extraordinária e extracontratual.

#### CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DO ACOMPANHAMENTO, DA FISCALIZAÇÃO E DA ACEITAÇÃO DOS SERVIÇOS

11.1. O CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.

11.2. A fiscalização dos serviços será exercida pelo CONTRATANTE, através de comissão constituída exclusivamente para tal fim, que terá poderes, entre outros, para notificar a CONTRATADA sobre as irregularidades ou falhas que porventura venham a ser encontradas na execução deste contrato.

11.3. A fiscalização pelo CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços.

11.4. A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal do CONTRATANTE.

11.5. A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância do CONTRATANTE.

11.6. A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer serviço, incluído o de veiculação, considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado, as suas expensas e nos prazos estipulados pela fiscalização.

11.7. A aprovação dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus contratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

11.8. A ausência de comunicação por parte do CONTRATANTE, referente à irregularidade ou falhas, no exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato.

11.9. A CONTRATADA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

11.10 A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna do CONTRATANTE e/ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados ao CONTRATANTE.

11.11 Ao CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

11.12 A CONTRATANTE realizará, semestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela CONTRATADA, da diversificação dos serviços prestados e dos benefícios decorrentes da política de preços por ela praticada. A avaliação semestral será considerada pelo CONTRATANTE para aquilatar a necessidade de solicitar à CONTRATADA que melhore a qualidade dos serviços prestados; para decidir sobre a conveniência de renovar ou, a qualquer tempo, rescindir o presente contrato; para fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho, a fim de servir de prova de capacitação técnica em licitações.

#### CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DO RECEBIMENTO DO OBJETO CONTRATADO

12.1. Executado o contrato, o seu objeto será recebido:

- a) provisoriamente, pelo responsável por seu acompanhamento e fiscalização, mediante termo circunstanciado, assinado pelas partes em até 15 (quinze) dias da comunicação escrita do contratado;
- b) definitivamente, por servidor ou comissão designada pela autoridade competente, mediante termo circunstanciado, assinado pelas partes, após o decurso do prazo de observação, ou vistoria que comprove a adequação do objeto aos termos contratuais, observado que a CONTRATADA fica obrigada a reparar, corrigir, remover, r ou substituir, às suas expensas, no total ou em parte, o objeto, ou parcela deste contrato em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou de materiais empregados.

#### CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DO FORO:

Fica eleito o foro da Comarca de Tubarão, Santa Catarina, para dirimir quaisquer divergências decorrentes do presente contrato, com renúncia expressa de qualquer outro, por mais privilegiado que seja, ou que venha a se tornar.

E por estarem assim justas e contratadas, e, para os efeitos de Direito, firmam este contrato em duas (02) vias, na presença das testemunhas abaixo, que também assinam.

Tubarão/SC, xx de xxxx de xxxx.

---

Município de Tubarão  
Prefeito

---

Contratada  
Representante legal



Testemunhas:

---

---

## ANEXO IV – ENVELOPE A

### PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA

1 - Plano de Comunicação composto por raciocínio básico, estratégia de comunicação publicitária, ideia criativa, estratégia de mídia e não-mídia.

1.1 – O plano de comunicação publicitária de que tratam os itens 5.1.2 e 5.1.3, letra “a” deste edital será composto dos seguintes quesitos:

1.1.2 – Raciocínio básico - Constituído de texto no máximo 03 (três) laudas, em que a licitante demonstrará seu conhecimento específico sobre as linhas estratégicas da Prefeitura Municipal de Tubarão, no qual o concorrente explicitará seu entendimento da problemática geral do órgão.

1.1.3 – Estratégia de comunicação publicitária – constituída de texto no máximo 03 (três) laudas e, na qual o concorrente exporá o conceito e o partido temático que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a comunicação desta instituição, devendo o concorrente licitante defender essa opção, examinando e descartando conceitos alternativos.

1.1.4 – Ideia criativa – com texto de no máximo 03 (três) laudas, em que a licitante apresentará a ideia criativa constituída, através de roteiros e textos, de uma proposta de solução de problemas específicos de comunicação descrito no respectivo Briefing. Como parte do quesito Ideia Criativa, a licitante poderá apresentar exemplos de peças (layouts) que corporifiquem a campanha e demonstrem harmonia com o conceito de comunicação proposto na Estratégia de Comunicação.

1.1.4.1 – Os exemplos de peças e ou material de que trata subitem 1.1.4 - Ideia Criativa:

- a) estão limitados a 06 (seis), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material;
- b) podem ser apresentados sob a forma de roteiro, layout e ou story-board impressos, para qualquer meio;
- c) os exemplos de peças não serão computados no número máximo de laudas permitidas para este quesito.

1.1.4.2 – Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas ‘fisicamente’, até o limite de que trata a alínea ‘a’ do subitem 1.1.4.1, devem ser observadas as seguintes regras:

- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c) anúncio composto de páginas sequenciais será considerado uma peça;
- d) anúncio para tablets e similares com mais de uma página será considerado uma peça;
- e) adesivagem de fingers e similares será considerada uma peça;
- f) um hot site e todas as suas páginas serão considerados uma peça;
- g) um filme e o hot site em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;

h) um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

i) um hotsite cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao hotsite, será considerado uma peça. Em caso de eventual apresentação dessa proposta de hotsite, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

1.1.4.3 – Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, internet) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea ‘a’ do subitem 1.1.4.5.

1.1.4.4 – As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, fazendo parte do caderno único e respeitando o subitem 1.5.

1.1.4.5 – Apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária. Se a campanha proposta pela licitante prever número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado ‘fisicamente’, a relação deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

1.1.5 – Estratégia de mídia e não-mídia: texto em que o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada neste instrumento convocatório, apresentando sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de criação, produção e veiculação.

Os textos da Estratégia de mídia e não-mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.

1.1.5.1 – Na formulação deste quesito, as agências deverão obrigatoriamente utilizar-se dos valores integrais da Tabela Referencial de Preço vigente do SINAPRO – SC (Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Santa Catarina).

1.1.5.2 – Na simulação de mídia, a agência deve considerar os valores reais das tabelas de preços vigentes dos veículos de comunicação, não sendo necessário anexá-las à proposta técnica.

1.1.5.3 – Para fins desta concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.

1.1.5.4 – Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de distribuição das peças e ou material;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e ou material de não mídia.

1.1.5.5 – Todas as peças e material que integrarem a relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 1.1.4.5 deverão constar dessa simulação.

1.2 – A Comissão Permanente de Licitação poderá, em qualquer fase do processo, se julgar necessário, proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem disponível para a realização dos serviços objeto deste Edital.

1.3 – O descumprimento de qualquer item da Proposta Técnica implica na desclassificação automática da concorrente licitante.

1.4 – Para cálculo da distribuição dos custos de produção e veiculação da campanha simulada, a licitante utilizará como referência a verba designada no Briefing (Anexo II).

1.5 – O Plano de Comunicação Publicitária (envelope A) – via não identificada – deverá ser redigidos em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, e ser elaborado da seguinte forma:

- a) em papel sulfite A4, branco, com 75 gramas, na orientação do tipo “retrato”;
- b) com espaçamento de 2 cm (dois centímetros) nas margens superior, inferior, direita e esquerda, a partir da borda;
- c) sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- d) com textos justificados;
- e) com espaçamento ‘simples’ entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- f) com texto em fonte “Arial”, cor preta, tamanho 12 pontos e, opcionalmente, em negrito (bold) nos títulos e subtítulos;
- g) com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, em fonte “Arial”, tamanho 8 pontos, no canto inferior direito da página, a partir da primeira página interna;
- h) em caderno único, encadernados com espiral preto, no lado esquerdo, na vertical;
- i) capa e contracapa em papel sulfite A4, branco, com 75 gramas, sem nenhum texto ou palavra impressos;
- j) sem identificação da licitante.
- k) Nos exemplos de peças (1.1.4) e nas tabelas, planilhas e gráficos (1.1.5) fica a critério dos proponentes a escolha do papel, tipografia, orientação e margens. Desde respeitado o formato A4 e a cor branca do papel.
- l) Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquesitos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não



Mídia, que não serão computados no número de páginas de cada item, porém devem seguir a numeração estabelecida e fazer parte do caderno único.

2. O descumprimento a QUALQUER item constante nesta proposta incorrerá na desclassificação sumária da empresa licitante.

**ANEXO V – ENVELOPE B  
PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA  
IDENTIFICADA**

1 – O Plano de Comunicação Publicitária inserido nesse envelope deverá ser de igual teor ao apresentado no envelope “A”, mas com a identificação da empresa licitante e sem os exemplos de peças.

2 – A licitante deverá apresentar uma declaração (ver modelo no Anexo IX) na qual tratará da questão de direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, estabelecendo:

- a) Para os direitos da autoria intelectual (criação, produção, direção, trilha sonora, arte-finalização e assemelhados), cessão definitiva a Prefeitura Municipal de Tubarão, dos direitos patrimoniais de uso.
- b) Para os direitos de imagem (modelos e atores), o licenciamento de uso durante o prazo de 01 (um) ano, e a definição de um percentual do cachê, a ser pago sob a forma de indenização, para cada novo período de um ano de uso das peças.
- c) Compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês inclusos.

ANEXO VI – ENVELOPE C  
PROPOSTA TÉCNICA - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

1 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

1.1 – relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

1.2 – Apresentar relação nominal dos profissionais da equipe técnica vinculada à proposta, composta, exatamente por:

1.2.1 – 1 (um) Diretor de Criação

1.2.2 – 1 (um) Gerente de Conta ou de Atendimento

1.2.3 – 1 (um) Mídia

1.2.4 – 1 (um) Produção

1.3 – Quantificação e qualificação, sob a forma de currículo completo (nome, formação e experiência profissional) dos profissionais que serão colocados à disposição para a execução do contrato, especificando a função exercida na empresa.

1.4 – Descrição das instalações físicas detalhadas e do instrumental técnico disponível, devendo restar comprovado que a empresa possui condições operacionais de funcionamento.

1.5 – As propostas que não atenderem os itens 1.1, 1.2 e 1.3, 1.4 supra, serão desclassificadas.

2 – REPERTÓRIO

2.1 – Apresentação de um conjunto de trabalhos, produzidos e veiculados pela licitante, para anunciantes, não sendo da Prefeitura Municipal de Tubarão.

2.1.1 – As memórias técnicas dos trabalhos deverão conter: a identificação da licitante, identificação da peça, data de produção ou período de veiculação, indicação do(s) veículo(s) utilizado(s) para a divulgação e apresentação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver.

2.1.2 – As peças publicitárias deverão estar acompanhadas de atestado técnico emitido pela empresa cliente, contendo as seguintes informações: dados da licitante, identificação da peça e descrição do serviço realizado pela licitante.

2.1.3 – Peças obrigatórias a serem consideradas para pontuação:

2.1.3.1 – Mínimo de 01 (um) spots com duração mínima de 30” para campanhas publicitárias veiculadas em rádio, apresentadas em mídia digital para comprovação.

2.1.3.2 – Mínimo de 02 (dois) anúncios para campanhas publicitárias veiculadas em mídia impressa, apresentadas em cópia simples das publicações.

2.1.3.3 – 01 (um) folder técnico ou comercial com um mínimo de 02 (dois) páginas.

### 3. RELATOS DE SOLUÇÕES E PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

3.1 – Apresentar *cases (case histories)*, no mínimo 01 (um) e limitados até 2 (dois) cases, relatando em até 02 (duas) laudas no tamanho A4, soluções de problemas de comunicação, formalmente referendados pelos respectivos anunciantes, que deverão assinar junto com a agência, atestando a veracidade do case. A solução de comunicação buscará apresentar a proficiência da agência tanto em publicidade off-line como na solução de problemas de comunicação on-line. Os relatos apresentados não podem referir-se a soluções de problemas da Prefeitura Municipal de Tubarão. Os exemplos de peças não serão computados no número máximo de laudas permitidas para este quesito. Os cases relatados não devem ser anteriores ao ano de 2010.

3.1.1 – As peças publicitárias deverão estar acompanhadas de atestado técnico emitido pela empresa cliente, contendo as seguintes informações: dados da licitante, descrição do serviço realizado pela licitante.

4 – A Proposta Técnica (envelope C) – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO – deverá ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, e ser elaborado da seguinte forma:

- a) em caderno único, salvo os materiais apresentados de formato digital;
- b) com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos;
- c) as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em CD ou DVD;
- d) fica a critério dos proponentes a escolha do papel, tipografia, orientação, margens, cores, dimensões e apresentação do material.

## ANEXO VII

### INFORMAÇÕES IMPORTANTES SOBRE AS PROPOSTAS TÉCNICAS

1 – A pontuação máxima da proposta técnica (envelopes A, B e C) é de 100 pontos.

#### AVALIAÇÃO PONTUAÇÃO MÁXIMA

Raciocínio Básico: 15 pontos

Estratégia de Comunicação Publicitária: 10 pontos

Idéia Criativa: 20 pontos

Estratégia de Mídia e Não Mídia: 20 pontos

Capacidade de Atendimento: 15 pontos

Repertório: 15 pontos

Relato de Soluções de Problemas de Comunicação: 5 pontos

**PONTUAÇÃO MÁXIMA DA PROPOSTA TÉCNICA 100 pontos**

2 – Os documentos da proposta técnica, exclusivamente, poderão ser apresentados em cópia simples. Porém, à Prefeitura Municipal de Tubarão é reservado o direito de verificar as informações apresentadas pelas empresas concorrentes e também de solicitar, a seu critério, a apresentação de qualquer documento original relativo às cópias utilizadas para comprovação dos quesitos deste anexo.

3 – A verificação de irregularidades nos documentos apresentados acarretará a licitante a penalização referente à perda da metade dos pontos (50% do total) obtidos no cômputo geral da proposta técnica. Irregularidades em documentos obrigatórios implicarão a desclassificação sumária da empresa.

4 – Deverão ser observados os limites máximos de atestados exigidos neste anexo. Havendo excesso, serão considerados apenas os primeiros atestados, de acordo com o número máximo exigido no edital, respeitada a ordem sequencial de apresentação dos atestados em análise.

5 – Por essa razão é necessário que toda a proposta técnica seja numerada, sendo que, na omissão da numeração, a Comissão Permanente de Licitação numerará os atestados, com base na ordem sequencial em que os documentos se encontrarem dentro do envelope A, B e C.

6 – Serão desconsiderados os atestados emitidos pela Prefeitura Municipal de Tubarão.

7 – Os atestados que não estiverem assinados por seus signatários e/ou não possuírem todos os requisitos e informações exigidas pelos itens respectivos serão desconsiderados e não receberão pontuação. Portanto, sugerimos aos licitantes a leitura atenta de cada um dos requisitos.

8 – Os atestados apresentados com o propósito de comprovar a experiência técnica da empresa, não poderão ter data de emissão e/ou execução dos serviços, anterior à data de constituição da empresa licitante.

9 – Não será permitido que qualquer profissional acumule mais de uma função, exceto quando permitido no objeto. A ocorrência do acúmulo ora proibido fará com que a Comissão Permanente de Licitação atribua a pontuação respectiva à função que primeiro estiver relacionada neste anexo, fazendo menção ao nome do profissional.

10 – Deverão ser observados os limites máximos de profissionais exigidos para cada função neste anexo. Havendo excesso, serão considerados apenas os primeiros profissionais, de acordo com o número máximo exigido no edital, respeitada a ordem sequencial de apresentação dos profissionais em análise.

11 – A licitante que atingir pontuação total, ou seja, compreendendo todos os itens das propostas, igual a 0 (zero) será desclassificada.

12 – As concorrentes enquadradas como micro ou pequena empresa não poderão corrigir documentos destinados à proposta técnica. Os benefícios aplicados a esses licitantes se restringem à fase de habilitação.

### 13. Análise Técnica.

13.1 – Análise e julgamento das propostas técnicas serão processadas e julgadas por subcomissão técnica.

13.2 – O invólucro destinado à apresentação da via não identificada (envelope A) do Plano de Comunicação Publicitária será padronizado e fornecido previamente pela Prefeitura Municipal de Tubarão, sem nenhum tipo de identificação.

13.3 – Será vedada a aposição, a qualquer parte da via não identificada (envelope A) do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do invólucro da via identificada.

13.4 – Os invólucros padronizados com a via não identificada do plano de comunicação publicitária só serão recebidos pela Comissão Permanente de Licitação se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.

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

13.6 – Será desclassificado o licitante que descumprir o disposto no item 13.3 deste anexo e demais disposições do instrumento convocatório.

13.7 – A via identificada (envelope B) do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.

13.8 – A análise da proposta técnica será individualizada, bem como o julgamento do plano de comunicação publicitária. Será desclassificada a proposta técnica que desatender às exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório.

13.8.1 – A subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório.

13.8.2 – Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, os membros da subcomissão técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo da licitação.

13.9 – Após análise, a subcomissão técnica elaborará ata de julgamento dos quesitos mencionados e encaminhará à Comissão Permanente de Licitação juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

**ANEXO VIII – ENVELOPE D  
PROPOSTA COMERCIAL**

1 – A proposta comercial deverá ser apresentada atendendo aos seguintes requisitos:

1.1 – Estar redigida em língua portuguesa, sem emendas, entrelinhas, rasuras ou ressalvas, contendo a razão social da empresa, endereço, telefone, e-mail e nome do representante legal, data e assinatura do representante legal.

1.1.1 – Ocorrendo a ausência de qualquer dos requisitos supra relacionados, poderá a Comissão Permanente de Licitação determinar sua correção em audiência pública, desde que o representante legal esteja presente, com poderes de representação, concorde e assine as alterações procedidas.

1.1.2 – Os poderes de representação aos quais se refere o item anterior são aqueles demonstrados por meio dos documentos apresentados na forma do item 3 do edital.

1.1.3 – A ausência do representante da proponente na audiência pública de abertura das propostas comerciais prejudicará o exercício do direito a correção das propostas.

1.2 – As propostas também poderão ser subscritas à mão, com caneta esferográfica, em letra de forma.

1.3 – Apresentar os percentuais, conforme tabela abaixo, constando, necessariamente, duas casas decimais após vírgula.

1.4 – Ressalvadas as disposições do edital, os percentuais cotados deverão conter todas as despesas com materiais, ferramentas, mão de obra, embalagens, equipamentos auxiliares, instrumentos de medição, máquinas em geral, impostos, seguros, taxas, tributos, incidências fiscais e contribuições de qualquer natureza ou espécie, encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, salários e quaisquer outros encargos necessários à execução do objeto.

1.5 – Ser entregue no local, dia e hora estabelecidos neste edital;

1.6 – Ter indicação de que o prazo de validade da proposta, que não será inferior a 60 (sessenta) dias contados da data marcada para o seu recebimento, ficando estabelecido que na omissão será considerado esse prazo.

2 – Serão desclassificadas as propostas que desobedecerem às condições do presente edital e que apresentem rasuras, falhas e/ou inconsistências que impossibilitem a sua compreensão, correção e/ou aceitação.

3 – Critério de pontuação da proposta comercial:

Percentual de desconto sobre os custos internos baseado na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Santa Catarina.



**Prefeitura  
de Tubarão**

Desconto de 0% a 5% = 10 pontos  
Desconto acima de 5% a 10% = 30 pontos  
Desconto acima de 10% a 20% = 50 pontos  
Desconto acima de 20% a 29% = 70 pontos  
Desconto igual a 30% = 100 pontos  
PONTUAÇÃO MÁXIMA 100 pontos

4– As propostas comerciais deverão ser apresentadas conforme modelo abaixo:

**MODELO DE PROPOSTA COMERCIAL**

A

Prefeitura Municipal de Tubarão,

Concorrência nº 04/2015

Validade da Proposta: 60 (sessenta) dias.

Identificação da empresa proponente:

Razão Social:

Endereço:

Telefone:

e-mail:

Nome do representante legal:

**PROPOSTA COMERCIAL**

**ITEM PERCENTUAL**

Percentual de desconto sobre os custos internos baseado na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Santa Catarina.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2015.

\_\_\_\_\_  
Assinatura do representante legal ou procurador credenciado

## ANEXO IX – MODELO DE DECLARAÇÃO

Empresa xxxx, estabelecida na XXXXXXXXX, inscrita no CNPJ sob o nº 000000000000000000,

representada por xxxxxxxx, inscrito no CPF nº xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx,. DECLARA para os devidos fins, especificamente sobre os direitos autorais que os produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, seguirão as seguintes diretrizes:

a) Para os direitos da autoria intelectual (criação, produção, direção, trilha sonora, arte-finalização e assemelhados), cessão definitiva à CONTRATANTE dos direitos patrimoniais de uso.

b) Para os direitos de imagem (modelos e atores), o licenciamento de uso durante o prazo de 01 (um) ano, e a definição de um percentual do cachê, a ser pago sob a forma de indenização, para cada novo período de um ano de uso das peças.

c) Compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês inclusos.

xxxxxxxxxxxxxxxx, xxxxxxxxxxxxxxxxxxx.

---

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Representante

Edital Concorrência nº 04/2015



#### ANEXO X – MODELO DE DECLARAÇÃO

Esta ficha deverá ser entregue fora dos envelopes, na forma descrita pelo item 5.1.1 e 5.1.1.1 do edital.

Nome Fantasia:

Razão Social:

CNPJ:

Inscrição Estadual:

Inscrição Municipal:

Optante Simples Federal:

Porte da Empresa: ( ) micro ( ) pequena ( ) média ( ) grande

Número de Funcionários:

Rua/ Avenida:

Número:

Complemento:

Bairro:

Cidade:

Estado:

País:

CEP:

Telefone:

Fax:

Email:

Contato:

\* As médias e grandes empresas deverão apenas preencher o formulário acima, devidamente assinado.

\* As micro e pequenas empresas deverão preencher o formulário acima e declarar os termos abaixo.

(nome da empresa), qualificação, tipo de sociedade (Ltda, S.A, etc), endereço completo, inscrita no

CNPJ (.....), neste ato representada pelo (cargo) (nome do representante legal), portador da

cédula de identidade RG (.....), inscrito no CPF/ MF (.....), DECLARA, sob as

penalidades da lei, que se enquadra como microempresa ou empresa de pequeno porte, nos termos do

artigo 3º da Lei Complementar 123, de 14 de dezembro de 2006, estando apta a fruir os benefícios e

vantagens legalmente instituídas, por não se enquadrar em nenhuma das vedações legais impostas

pelo § 4º, artigo 3º da Lei Complementar 123/06.

Local e Data – Nome e assinatura e Representante Legal