



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

AVISO DE LICITAÇÃO
CONCORRÊNCIA Nº 7/2022 – MUNICÍPIO DE CAMBORIÚ

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE EMPRESA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PROPAGANDA QUE SE COMPÕE DE PLANEJAMENTO, CRIAÇÃO, DISTRIBUIÇÃO, VEICULAÇÃO E CONTROLE DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS, PROMOÇÕES, MATERIAIS DE DIVULGAÇÃO, PRODUÇÃO GRÁFICA E ELETRÔNICA, PROJETOS PUBLICITÁRIOS, EVENTOS E OUTROS SERVIÇOS NECESSÁRIOS PARA AS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMBORIÚ REALIZADAS PELA ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO, DE ACORDO COM O BRIEFING 001/2022 E ESPECIFICAÇÕES CONSTANTES NO EDITAL.

TIPO: PREÇO E TÉCNICA.

REGIME LEGAL: Leis nº 12.232, de 29 de abril de 2010 e Lei nº 8.666, de 21/06/1993, suas alterações e demais condições deste edital.

ABERTURA DOS ENVELOPES (HABILITAÇÃO E PROPOSTA): Às 14:00 (quatorze horas) do dia 10 (dez) de agosto de 2022, na Sala de Licitações da Prefeitura Municipal de Camboriú, situada no 1º Piso - Departamento de Compras, com endereço na Rua Getúlio Vargas, 77, Centro, Camboriú/SC, CEP 88340-347.

INFORMAÇÕES: Pessoalmente ou pelo telefone (47) 3365-9500.

RETIRADA DO EDITAL: No endereço acima citado, diariamente, em dias úteis, das 12h00min às 18h, no Departamento de Compras e Licitações, no 1º piso da Prefeitura Municipal de Camboriú – SC ou pelo link: <https://camboriu.atende.net/autoatendimento/servicos/consulta-de-licitacoes/detalhar/1>

Camboriú, 21 de junho de 2022.

ELCIO ROGERIO KUHNEN
PREFEITO MUNICIPAL

VALDELICE SIQUEIRA
ASSESSORA DE COMUNICAÇÃO



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

CONCORRÊNCIA Nº. 7/2022 – MUNICÍPIO DE CAMBORIÚ
PARA CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS

O MUNICÍPIO DE CAMBORIÚ, por meio da Secretaria da Administração, nos termos da Lei Federal 8.666/93 e suas alterações posteriores, Lei Complementar 123/06 e demais legislação aplicáveis, torna público aos interessados que até às **14:00 (quatorze horas) do dia 10 (dez) de agosto de 2022**, estará recebendo os envelopes contendo os documentos de habilitação e regularidade bem como a proposta comercial, na modalidade **CONCORRÊNCIA**, do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, para a **CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA**, conforme projeto básico *Briefing* constante em Anexo, em regime de empreitada por preço global estimativo e execução indireta, de acordo com as instruções deste Edital e seus anexos e das Leis nº 12.232, de 29 de abril de 2010 e nº 8.666, de 21/06/1993 e suas alterações.

1. DO OBJETO

1.1 - CONTRATAÇÃO DE EMPRESA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PROPAGANDA QUE SE COMPÕE DE PLANEJAMENTO, CRIAÇÃO, DISTRIBUIÇÃO, VEICULAÇÃO E CONTROLE DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS, PROMOÇÕES, MATERIAIS DE DIVULGAÇÃO, PRODUÇÃO GRÁFICA E ELETRÔNICA, PROJETOS PUBLICITÁRIOS, EVENTOS E OUTROS SERVIÇOS NECESSÁRIOS PARA AS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMBORIÚ REALIZADAS PELA ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO, DE ACORDO COM O BRIEFING 001/2022 E ESPECIFICAÇÕES CONSTANTES NO EDITAL, CONFORME PROJETO BÁSICO E SEUS ELEMENTOS CONSTITUÍDOS EM ANEXO.

1.2. As publicações de Editais, balanços, contratos, atas, erratas, bem como todas as demais publicações com características de atos oficiais, legais e afins, exigíveis por força de lei específica, poderão ter sua veiculação contratada pela Prefeitura Municipal de Camboriú, isoladamente, junto a veículos de comunicação, sem a intermediação da agência Contratada, não sendo devidos à Contratada quaisquer honorários ou créditos pertinentes a estas publicações.

1.3. Fica facultada à própria Prefeitura Municipal de Camboriú eventuais serviços mencionados no item 1.1 realizados por esta com pessoal e estrutura próprias, para os quais não será devida qualquer remuneração à Agência contratada.

1.4. A licitante vencedora do presente certame deverá, em até 30 dias após a assinatura do contrato, possuir estrutura mínima de um profissional publicitário e um escritório de atendimento na região de Camboriú (no próprio Município de Camboriú ou em algum Município limítrofe), sem ônus à Administração Municipal, visando atender com agilidade os pleitos da execução do contrato.

2 - DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

2.1. Somente poderão participar da presente licitação as empresas qualificadas como agências de propaganda nos termos do disposto no art. 3º da Lei Federal nº 4.680/65, legalmente constituídas e que satisfaçam as condições deste instrumento convocatório.

2.2. Não será admitida nesta licitação a participação de empresas:

- a) em estado de falência, recuperação judicial ou extrajudicial de concurso de credores, de dissolução ou liquidação;
- b) que estejam com o direito de licitar e contratar com a Administração Pública suspenso, ou que por esta tenham sido declaradas inidôneas;
- c) estrangeiras que não funcionem no país;
- d) que estejam reunidas em consórcio e sejam controladoras coligadas ou subsidiárias entre em si, quaisquer que sejam suas formas de constituição.

2.3. O local de entrega dos envelopes exigidos neste certame será na Prefeitura Municipal de Camboriú, endereço constante no preâmbulo deste edital, até às **14:00 (quatorze horas) do dia 10 (dez) de agosto de 2022**.

2.4. O Edital completo e seus anexos estão disponíveis gratuitamente no endereço eletrônico pelo link: camboriu.atende.net.

2.5. Esclarecimentos e informações sobre esta licitação e às condições para atendimento das obrigações a ela relativas serão prestados, mediante solicitação para o seguinte e-mail: comprasdecamboriu@gmail.com.

3 - DA REPRESENTAÇÃO E DO CREDENCIAMENTO (FORA DOS ENVELOPES)

3.1. Representará a proponente, para fins de assunção de obrigações ligadas a presente licitação, o proprietário, sócio-gerente ou diretor-presidente da licitante, identificados segundo o art. 28 da Lei nº 8.666/93, ou então pessoa legalmente credenciada, sendo esta mediante apresentação de **CARTA DE CREDENCIAMENTO (modelo – Anexo III)**.



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

3.2. No início da sessão, o representante da empresa licitante deverá apresentar à Comissão de Licitação documento que o credencie para a prática de todos os atos inerentes ao certame, conforme especificado no item 3.1.

3.2.1. Caso a empresa se faça representar pelo seu proprietário, deverá este apresentar contrato social original ou cópia autenticada por cartório competente, por publicação em órgão da Imprensa Oficial ou por servidor da Administração **(até 20 minutos antes da data da abertura do certame)** mediante conferência da cópia com o original, desde que perfeitamente legível.

3.3. No ato da sessão pública, o representante do licitante deverá identificar-se mediante a apresentação, à Comissão de Licitação, de documento que comprove sua identidade, possibilitando a conferência dos dados com os informados no documento de credenciamento.

3.4. A não apresentação ou incorreção de quaisquer documentos de credenciamento não impedirá a participação da licitante no certame, porém, impedirá o suposto representante de praticar atos em nome da empresa durante o processo licitatório.

3.5. É vedada a qualquer pessoa física ou jurídica a representação, na presente licitação, de mais de uma empresa.

3.6. Caso a empresa licitante queira beneficiar-se dos direitos previstos na lei 123/2006, tratamento diferenciado para as Micro Empresas e Empresas de Pequeno Porte - deverão, obrigatoriamente, apresentar com o credenciamento a CERTIDÃO SIMPLIFICADA DA JUNTA COMERCIAL do estado sede da licitante, comprovando a condição de ME ou EPP. Essa certidão deverá ter prazo de emissão no máximo de 60 dias da data de apresentação da proposta, ou no prazo consignado na mesma.

3.7 A inobservância do disposto acima isentará a Administração da concessão dos benefícios previstos na lei referida.

4 - DA IMPUGNAÇÃO DO ATO CONVOCATÓRIO

4.1. Qualquer cidadão é parte legítima para impugnar os termos do presente Edital por irregularidade, devendo protocolar o pedido **até 5 (cinco) dias úteis** antes da data fixada para a sessão de abertura dos envelopes de propostas técnicas.

4.2. Acolhida a impugnação contra o ato convocatório, será designada nova data para a realização do certame, se for o caso, mediante alteração do Edital.

4.3. As impugnações deverão ser protocoladas na sede da Prefeitura Municipal de Camboriú, no Setor de Compras e Licitações da Prefeitura Municipal de Camboriú, de segunda a sexta-feira, das 12h00min às 18h00min, presencialmente ou por e-mail: comprasdecamboriu@gmail.com, sendo que não serão conhecidas as impugnações interpostas fora dos respectivos prazos legais.

5 - DA APRESENTAÇÃO

5.1. As proponentes deverão apresentar **“Proposta Técnica”** (Envelopes n.º 01, 02, 03, sendo que para o primeiro será fornecido invólucro padronizado pela Prefeitura Municipal de Camboriú), **“Proposta de Preços”** (Envelope n.º 04) e **“Habilitação”** (Envelope n.º 05) em envelopes distintos e hermeticamente fechados, até o dia, hora e local referidos no preâmbulo deste Edital, contendo as seguintes indicações, conforme seu conteúdo:

**À SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO DA PREFEITURA DE CAMBORIÚ
CONCORRÊNCIA Nº 7/2022**

ENVELOPE Nº 01 – “PROPOSTA TÉCNICA”

PRIMEIRA PARTE – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA

(INVÓLUCRO PADRONIZADO QUE SERÁ FORNECIDO PELA PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMBORIÚ)

ESCLARECIMENTO: O ENVELOPE Nº 1 DEVE SER ENTREGUE EXATAMENTE COMO FOI RETIRADO, SEM QUALQUER IDENTIFICAÇÃO NA PARTE EXTERNA, APENAS COM O CARIMBO DA PREFEITURA DE CAMBORIÚ JÁ EXISTENTE.

**À SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO DA PREFEITURA DE CAMBORIÚ
CONCORRÊNCIA Nº 7/2022**

ENVELOPE Nº 02 – “PROPOSTA TÉCNICA”

PRIMEIRA PARTE – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA

EMPRESA PROPONENTE/CNPJ:

O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, sem os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

I - ter a identificação da licitante;

II - ser datado;

III - estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

À SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO DA PREFEITURA DE CAMBORIÚ

CONCORRÊNCIA Nº 7/2022

ENVELOPE Nº 03 – “PROPOSTA TÉCNICA”

SEGUNDA PARTE – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

EMPRESA PROPONENTE/ CNPJ:

À SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO DA PREFEITURA DE CAMBORIÚ

CONCORRÊNCIA Nº 7/2022

ENVELOPE Nº 04 – “PROPOSTA DE PREÇOS”

EMPRESA PROPONENTE/ CNPJ:

À COMISSÃO DE LICITAÇÃO DA PREFEITURA DE CAMBORIÚ

CONCORRÊNCIA Nº 7/2022

ENVELOPE Nº 05 – “HABILITAÇÃO”

EMPRESA PROPONENTE:

5.2. O envelope padronizado (nº 01) deverá ser retirado junto ao Setor de Compras e Licitações da Prefeitura Municipal de Camboriú, no endereço já mencionado neste instrumento, de segunda à sexta-feira, no horário das 12h00min às 18h00min, em até 03 (três) dias úteis anteriores à data estabelecida para a entrega dos envelopes.

5.2.1. O envelope padronizado, assim como os documentos nele contidos, não poderá conter qualquer tipo de identificação, rubrica, marca ou sinal feita pela licitante, bem como aposição de etiqueta ou qualquer tipo de material externo para lacrar o referido invólucro, sob pena de desclassificação.

5.3. Nenhum envelope será aceito após a data e hora aprazadas para esta licitação

6 - DA PROPOSTA TÉCNICA (ENVELOPES Nºs 01, 02 E 03)

6.1. A proposta técnica deverá ser apresentada em formato A4 (210x297mm), papel off-set 75 gr na cor branca, espaçamento entre linhas simples, sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes, com textos justificados, sem linhas em branco, fonte tipográfica “Arial” tamanho 12 (doze), estilo “normal”, margens: Superior = 3 cm; Inferior = 2 cm, Esquerda = 3 cm, Direita = 2 cm; numerado em ordem sequencial, com fonte tipográfica “Arial”, tamanho 12 (doze), no canto superior direito da página, não sendo permitida a utilização de carimbo numerador; deverão estar em caderno único, sem capa ou contra capa, com encadernação em espiral preto ou transparente. Não será permitido sumário; sendo que uma via com a identificação da licitante e a outra sem qualquer marca, sinal ou palavra que possibilite identificação da proponente, sob pena de desclassificação (art. 6º, inciso XII, da Lei nº 12.232/10), compondo-se de:.

ENVELOPE Nº 01 – (PRIMEIRA PARTE)

6.1.1. **PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA** (acondicionado em invólucro padronizado fornecido pela Prefeitura Municipal de Camboriú, sem qualquer tipo de identificação da proponente na parte externa e lacrado com cola), versando sobre os seguintes aspectos:

6.1.1.1. Raciocínio Básico, apresentando o entendimento da empresa licitante em, no máximo, 02 (duas) páginas (atendendo as características exigidas no item 6.1.), quanto às necessidades de comunicação da Prefeitura Municipal de Camboriú demonstrando-o através de seu raciocínio e compreensão aplicados à análise de campanha modelo solicitada no Briefing (Anexo VII).

6.1.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária, expondo o conceito e o partido temático em, no máximo, 02 (duas) páginas (atendendo as características exigidas no item 6.1.), que de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a comunicação para a campanha modelo definida no briefing, defendendo as suas opções.

6.1.1.3. Ideia Criativa, apresentando síntese da estratégia de comunicação publicitária, em, no máximo, 02 (duas) páginas (atendendo as características exigidas no item 6.1.), expressa sob a forma de uma redução de mensagem, acompanhada de exemplos de peças (de mídia ou de não-mídia) que a corporifiquem objetivamente, apresentados sob a forma de roteiros e textos, para a campanha modelo definida no briefing e suas implicações, sendo permitida a apresentação de layouts.



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

6.1.1.3.1. Os exemplos de peças também deverão ser impressos em papel off-set 75 gr, na cor branca, formato A4 (210x297mm), sendo limitadas a seis, três por tipo de mídia e três por tipo de não-mídia.

6.1.1.3.2. Os exemplos de peças/layouts serão considerados como anexos e não serão computados no número máximo de páginas permitidas.

6.1.1.4. Estratégia de Mídia, constituída de texto em, no máximo, 02 (duas) páginas (atendendo as características exigidas no item 6.1.), com indicação sintética das peças e dos veículos a serem utilizados, com plano simulado de distribuição de verba publicitária nos diversos meios de comunicação que a licitante definir em sua proposta, para a campanha modelo definida no briefing, sendo permitida a inclusão de tabelas anexas. Sendo limitadas a seis, três por tipo de mídia e três por tipo de não-mídia.

6.1.1.4.1. As tabelas, planilhas e gráficos serão considerados como anexos e estas não serão computadas no número máximo de páginas permitidas.

6.1.1.4.2. A verba referencial para a campanha simulada solicitada no Briefing deverá ser de R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais).

6.1.1.4.3. Para fins desta concorrência consideram-se como não-mídia, meios que não implicam a compra de espaço e/ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.

6.1.2. Para a simulação de campanha publicitária, deverão ser observadas as seguintes instruções:

a) O custo total da campanha simulada deverá abranger todos os custos que incidem para cada peça definida e se limitará ao valor estabelecido no item 6.1.1.4.2 do edital.

b) As licitantes deverão apresentar quadro resumo da campanha simulada como anexo, especificando todos os custos para cada peça publicitária utilizada e o valor total da campanha, como o exemplificado abaixo. Para cálculo da distribuição dos custos de criação, produção e veiculação da campanha simulada, a licitante utilizará como referência a verba designada no item 6.1.1.4.2 do edital:

**Proposta Técnica
Anexo
Plano de Comunicação Publicitária**

		CUSTOS (R\$)			VALOR TOTAL R\$
MEIO	PEÇAS Qtdade	Internos	Terceiros	Honorários	
Televisão					
Rádio					
Jornal					
Revista					
Outdoor					
Impressos					
Outros					
Total dos custos de produção					
Total dos custos de veiculação (incluído o desconto de agência)					
TOTAL GERAL					

c) A tabela referida na alínea “b” deste item, não poderá ser alterada quanto a sua estrutura e nomenclatura de seus itens, e deverá ser preenchida apenas com números.

d) Na formulação deste quesito, as agências deverão obrigatoriamente utilizar-se dos valores da Tabela Referencial de Preços vigente do SINAPRO-SC (Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Santa Catarina) sem descontos;

e) Na simulação de mídia a agência deve considerar os valores reais das tabelas de preços vigentes dos veículos de comunicação (sem a possível negociação de desconto), não sendo necessário anexá-las à proposta técnica;

f) Na elaboração de tabela do plano de mídia e não mídia, os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação.



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

6.1.3. Com referência a campanha publicitária simulada vencedora, a Prefeitura Municipal de Camboriú poderá, a seu juízo, decidir ou não pela sua produção e veiculação, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

6.1.4. O Plano de Comunicação Publicitária apresentado no Envelope nº 01 deverá ser numerado em ordem sequencial, com fonte tipográfica "Arial", tamanho 12 (doze), no canto superior direito da página, não sendo permitida a utilização de carimbo numerador. Os anexos, que deverão estar ao final da proposta, não deverão conter a respectiva numeração.

ENVELOPE Nº 02 – PROPOSTA TÉCNICA – VIA IDENTIFICADA DA PRIMEIRA PARTE

6.1.5. O conteúdo deste envelope deverá ser, OBRIGATORIAMENTE, o mesmo do Envelope nº 01, sendo desta vez apresentado em papel timbrado da proponente, com a necessária identificação da mesma.

6.1.5.1 A Subcomissão técnica de Licitação poderá, a qualquer tempo, solicitar a comprovação dos dados citados na Proposta Técnica ao próprio interessado ou aos órgãos, empresas e entidades indicados, podendo promover diligências neste sentido.

6.1.5.2 O descumprimento de qualquer item da Proposta Técnica implica na desclassificação automática da licitante, após ser intimada para apresentar defesa e esta for julgada improcedente.

6.1.5.3 Os documentos apresentados no Envelope nº 02 (via identificada da primeira parte) deverão ser numerados em ordem sequencial, iniciando a partir do nº 1, com fonte tipográfica "Arial", tamanho 12 (doze), no canto superior direito da página, não sendo permitida a utilização de carimbo numerador.

ENVELOPE Nº 03 (SEGUNDA PARTE)

6.1.6. **INFORMAÇÕES REFERENTES AO PROPONENTE (acondicionado em invólucro preparado pela licitante, com a identificação da proponente na parte externa conforme item 5.1.), contendo:**

6.1.6.1. **Capacidade de Atendimento** será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar, conforme **Item 11.5 do TERMO DE REFERÊNCIA**.

6.1.6.2 **Repertório**, sob a forma de texto que indique o desempenho da licitante na prestação de serviços a outro cliente do setor público e/ou privado, limitado a 1 (um) cliente, acompanhado da reprodução de, no máximo, 03 (três) peças, com as referidas fichas técnicas em que constem título, data ou período da veiculação e a indicação das praças que as exibiram, ou sua forma de aplicação, não sendo permitida a inclusão de exemplo de peças eletrônicas;

6.1.6.3. **Relato de solução de problemas de comunicação** (cases histories), com apresentação de 01 (um) relato em, no máximo, 03 (três) páginas (atendendo as características exigidas no item 6.1.), sob forma de texto descritivo dos problemas enfrentados, referendados formalmente pelo respectivo cliente, mediante a assinatura aposta no próprio relato. O relato visa embasar a avaliação no que concerne à resolução satisfatória de problemas apresentados.

6.1.7. Não serão aceitos DVD's, fitas VHS, ou qualquer material de áudio ou audiovisual, sendo que no caso de apresentação destes, os materiais serão devolvidos, não influenciando na apreciação da proposta técnica.

6.1.8. As informações referentes ao proponente apresentadas no Envelope nº 03 deverão ser numeradas em ordem sequencial, iniciando a partir do nº 1 (não continua a numeração do envelope nº 01), com fonte tipográfica "arial", tamanho 12 (doze), no canto superior direito da página, não sendo permitida a utilização de carimbo numerador.

6.1.9. Será vedada a aposição ao invólucro nº 03, assim como dos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do Plano de Comunicação Publicitária, em qualquer momento anterior à abertura dos invólucros nº 4.

7 – DA PROPOSTA DE PREÇO (ENVELOPE Nº 04)

7.1. A proposta, apresentada em 1 (uma) via, em papel timbrado da proponente no formato A4 (210x297mm), deverá, obrigatoriamente, apresentar e propor:

7.1.1. Proposta financeira, conforme modelo determinado no **ANEXO VIII DESTE EDITAL**, da qual deverão constar:

7.1.1.1. Determinação do percentual de desconto a ser ofertado pela proponente sobre a "Tabela Referencial de Preços" vigente, publicada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Santa Catarina – SINAPRO, o qual não poderá ser superior a 30% (trinta por cento), sob pena de desclassificação.

7.1.1.2. Indicação de Validade da Proposta, que não poderá ser inferior a 60 (sessenta) dias contados da data da abertura da presente licitação.



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

7.1.1.3. Declaração, fazendo constar:

- a) Que nos preço propostos estão inclusos os encargos sociais e trabalhistas, todos os equipamentos, instrumentos, ferramentas e máquinas, transporte, salários, carga tributária, alvará, custos dos serviços, as taxas municipais, estaduais e federais, as despesas indiretas, o lucro bruto da licitante e os demais custos mencionados nas especificações, necessários ao completo fornecimento dos serviços licitados;
- b) Que concorda expressamente que os preços não previstos na Tabela Referencial de Preços do SINAPRO serão pagos conforme estabelecido no subitem 7.3. do Edital;
- c) Que se compromete a transferir para a Prefeitura Municipal de Camboriú toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e fornecedores;
- d) Que se compromete a estabelecer negociação dos preços, com vistas à obtenção da máxima vantagem, a ser transferida para a Prefeitura Municipal de Camboriú;
- e) Que concorda integralmente com todos os termos do Edital de **CONCORRÊNCIA Nº 7/2022** e seus Anexos.

7.1.1.4. Declaração 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 assemelhado), cessão definitiva à Prefeitura Municipal de Camboriú, dos direitos patrimoniais de uso;
- b) Compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês inclusos.

7.2. A proposta não poderá fazer referência às demais licitantes, e deverá ser apresentada sem emendas, rasuras ou entrelinhas, bem como deverão estar rubricadas todas as suas folhas.

7.3. Os serviços considerados indispensáveis à execução da campanha ou ação publicitária e não constantes da Tabela Referencial de Preços do SINAPRO, serão remunerados através de acordo entre as partes, fundamentado em clara e precisa demonstração da sua procedência e compatibilidade com os preços de mercado.

7.4. Em nenhuma hipótese poderá ser alterado o conteúdo da proposta apresentada, seja com relação a preço, pagamento, prazo ou qualquer condição que importe a modificação dos seus termos originais, ressalvadas apenas aquelas destinadas a sanar evidentes erros, alterações essas que serão avaliadas pela autoridade competente da Prefeitura Municipal de Camboriú.

7.4.1. A falta de data e/ou rubrica da proposta somente poderá ser suprida pelo representante legal presente à reunião de abertura do envelope "PROPOSTA DE PREÇOS" e com poderes para esse fim;

7.4.2. Serão corrigidos automaticamente pelos responsáveis pelo certame quaisquer erros de soma e/ou multiplicação, bem ainda, as divergências que porventura ocorrerem entre o preço unitário e o total do item, quando prevalecerá sempre o primeiro;

7.4.3. Discrepância entre valores grafados em algarismo e por extenso prevalecerá o valor por extenso;

7.4.4. Erro de adição: será retificado, conservando-se as parcelas corretas e corrigindo-se a soma.

7.5. A proposta não será aceita pela Prefeitura Municipal de Camboriú em hipótese alguma após a data e hora aprazadas no preâmbulo deste edital, ainda que tenha sido despachada, endereçada e/ou enviada por qualquer meio, anteriormente a data prevista.

7.6. O valor máximo estimado que poderá ser despendido (verba) anualmente, decorrente da presente licitação, é o estabelecido no subitem 1.1. deste Edital.

7.7. Na execução dos serviços contratados, a Agência será remunerada em conformidade com as disposições da Lei Federal nº 4.680, de 18 de junho de 1965, Decreto Federal nº 4.563, de 31 de dezembro de 2002, e demais normas legais e regulamentares vigentes, ficando desde já estabelecido e ajustado o seguinte:

7.7.1. Custos internos – o custo dos serviços internos, assim entendidos aqueles que são executados pelo pessoal e/ou recursos da própria agência, será calculado com base e no limite dos preços dos serviços previstos na Tabela Referencial de Preços do SINAPRO, considerando o desconto ofertado pela Agência conforme subitem 7.1.1.1. deste Edital;



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

7.7.2. Honorários de produção – corresponderão a 15% (quinze por cento) sobre os preços dos serviços e suprimentos externos, que terão seus gastos orçados junto a fornecedores especializados, sugeridos pela Agência e selecionados pela Prefeitura Municipal de Camboriú.

7.7.3. Veiculação – desconto de agência, correspondente a 20% (vinte por cento) sobre os custos de veiculação, observado o “Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios” instituído pelas Normas Padrão da Atividade Publicitária, por meio do Decreto nº 57.690/66, alterado pelo Decreto nº 4.563, de 31 de dezembro de 2002, permitida a negociação de preços por parte da Prefeitura Municipal de Camboriú, diretamente com o veículo a ser utilizado pela licitante.

7.8. Será desclassificada a proposta desconforme com as diretrizes e especificações prescritas neste instrumento convocatório, ou cujos preços sejam inexequíveis.

8 – DA HABILITAÇÃO (ENVELOPE Nº 05)

8.1 Os licitantes deverão realizar apresentação dos seguintes documentos de habilitação:

8.1.1. Habilitação Jurídica:

8.1.1.1. Ato Constitutivo, Estatuto ou Contrato Social em vigor ou declaração de firma individual, devidamente registrado e atualizado, com sua última alteração ou consolidação, em se tratando de sociedades comerciais e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

8.1.1.2. Inscrição no órgão competente, do ato constitutivo, no caso de sociedade civil, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

8.1.1.3. No Ato Constitutivo deverá estar contemplada, dentre os objetivos sociais, a atividade que autorize, legalmente, a prestação dos serviços, objeto deste Edital;

8.1.1.4. Declaração de idoneidade, conforme modelo do Anexo IV;

8.1.1.5. Declaração de cumprimento ao inciso V do art. 27 da Lei 8.666/93, conforme modelo do Anexo VI.

8.1.2. Regularidade Fiscal e Trabalhista:

8.1.2.1. Prova de Inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ);

8.1.2.2. Certidão Negativa Federal (Certidão de Quitação de Tributos e Contribuições Federais conjunta com a Certidão Quanto à Dívida Ativa da União, expedida por órgão da Secretaria da Receita Federal, unificada com a Certidão Negativa de Débito com o INSS, demonstrando situação regular no cumprimento dos encargos instituídos por lei, expedida pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional – conforme Portaria MF nº 358, de 5 de setembro de 2014).

8.1.2.3. Certidão Negativa de Débito da Fazenda Estadual.

8.1.2.4. Certidão Negativa de Débito da Fazenda Municipal da Sede.

8.1.2.5. Certificado de Regularidade do FGTS.

8.1.2.6. CNDT (Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas) – Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa, nos termos do Título VII – A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto – Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943.”(NR).

Atenção: o documento exigido é de DÉBITOS trabalhistas, e não de ações.

8.1.3. Qualificação Econômico-Financeira:

8.1.3.1. Certidão Negativa de Falência ou Recuperação Judicial expedida pelos distribuidores da sede do juízo da comarca da pessoa jurídica.

8.1.3.1.1 Considerando a implantação do sistema eproc no Poder Judiciário de Santa Catarina, a partir de 1º de Abril de 2019, a certidão do modelo “falência e concordata e recuperação judicial” deverá ser solicitada tanto no sistema eproc quando no SAJ. As duas certidões deverão ser apresentadas conjuntamente caso contrário não terão validade.

Obs.: apresentar, facultativamente, juntamente com a Certidão Negativa de Falência ou Recuperação Judicial (inciso I), documento emitido pelo órgão judiciário competente, que relacione os distribuidores que na Comarca de sua Sede tem atribuição para sua expedição.

8.1.3.1.2 Para as empresas que optarem de participar através de filial, deverá também ser apresentada certidão negativa para com o cartório/comarca onde se encontra instalada a filial.

8.1.3.1.3 Na falta de validade expressa na Certidão Negativa, ter-se-ão como válidos pelo prazo de 60 (sessenta) dias de sua emissão.

8.1.4. Qualificação Técnica:



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

8.1.4.1. Certificado de qualificação técnica de funcionamento fornecido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, conforme o disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/10.

8.1.4.2. Declaração de que a empresa licitante possui condições operacionais de funcionamento pleno na cidade de Camboriú ou em um dos municípios limítrofes a esta, inclusive com a instalação, caso seja a vencedora do certame, de escritório/filial na cidade ou nos municípios limítrofes a esta, destinado a atender, no local, toda a demanda decorrente da execução do contrato, comprometendo-se a viabilizar tal estrutura, em até 30 (trinta) dias após a assinatura do contrato, dispondo dos seguintes serviços: atendimento, planejamento, criação, execução, mídia, produção, gerenciamento operacional e administração.

8.1.4.3. Comprovação do licitante de possuir, na data prevista para entrega da proposta, vínculo com, no mínimo, 01 (um) profissional de nível superior ou outro devidamente reconhecido pelo sindicato da classe, na forma dos artigos 6º e seguintes da Lei Federal nº 4.680/65. A comprovação deverá ser feita através de cópia da carteira profissional e da ficha cadastral do(s) profissional(s) na empresa e de seu diploma de graduação.

8.1.4.3.1. A comprovação do vínculo, a que se refere o item 8.1.4.3., poderá ser feita mediante a apresentação de contrato social, no caso de sócio, administrador ou diretor, ou por ficha de empregado acompanhado da carteira de trabalho, no caso de funcionário, ou ainda, mediante qualquer meio de prova que demonstre o vínculo do profissional com a empresa concorrente.

9 – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS SOBRE A HABILITAÇÃO

9.1. Todos os documentos exigidos para a Habilitação da proponente deverão estar com prazo de validade em vigor na data prevista para a abertura dos envelopes “HABILITAÇÃO”. As certidões ou atestados sem a indicação do prazo de validade e os que não são constados desta exigibilidade no instrumento convocatório serão considerados para esta Licitação, válidos por 6 (seis) meses, contados da sua emissão, em conformidade com os emitidos pela Fazenda Federal, pelo princípio da analogia, previsto no art. 4º da Lei de Introdução ao Código Civil.

9.2. Os documentos necessários à habilitação deverão ser acondicionados em envelopes lacrados, de modo a preservar a sua inviolabilidade (art. 11, § 2º, inciso XII da Lei 12.232/10), constando na parte externa a seguinte indicação:

À COMISSÃO DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA Nº 7/2022

ENVELOPE Nº 05 – “DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO”

EMPRESA PROPONENTE:

9.3. Representará a proponente, junto à Prefeitura Municipal de Camboriú, e para fins de assunção de obrigações ligadas a presente licitação, o proprietário, sócio-gerente ou diretor-presidente da licitante, identificados segundo o art. 28 da Lei nº 8.666/93, ou então pessoa legalmente credenciada, sendo esta mediante apresentação de **CARTA DE CREDENCIAMENTO (modelo Anexo III)**, que deverá estar anexa à documentação de habilitação ou fora dos envelopes, devendo ser apresentado no início dos trabalhos, diretamente à Comissão.

9.4. Os documentos necessários à habilitação poderão ser apresentados em original ou por qualquer processo de cópia autenticada em cartório competente (frente e verso, quando for o caso), ou por servidor da Administração (até 20 minutos antes da data da abertura do certame) ou por processo de impressão, ou obtido via internet, não sendo permitida a autenticação durante a sessão da abertura dos envelopes, nem serão aceitas cópias ilegíveis, com datas rasuradas, reservando-se a Comissão o direito de solicitar o original de qualquer documento sempre que tiver dúvida e julgar necessário.

9.5. Os documentos obtidos via internet estarão sujeitos a confirmação da sua autenticidade na página dos órgãos responsáveis pela emissão dos mesmos.

9.6. É facultada à Comissão de Licitação ou autoridade superior, em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo.

9.7. Não será habilitada a empresa que:

9.7.1. Entregar os envelopes de documentação e propostas fora do prazo estabelecido, bem como faltar com algum documento exigido;

9.7.2. Por qualquer motivo, esteja declarada inidônea ou punida com suspensão do direito de licitar ou contratar com a Administração Pública, Direta ou Indireta, Federal, Estadual ou Municipal;

9.7.3. Não apresente condições jurídicas e fiscais, econômico-financeiras ou técnicas para atender ao objeto da presente licitação;

9.7.4. Participe em consórcio, qualquer que seja sua forma de constituição;



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

9.7.5. Eventualmente, tenha faltado com alguma condição deste edital, de forma relevante e que esta prejudique a boa interpretação e aos princípios licitatórios, na escolha da melhor proposta.

10 – DA ABERTURA DOS ENVELOPES NºS 01, 02 E 03 E DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

10.1. A Comissão de Licitação realizará reunião pública para recebimento dos Envelopes nº 01, 02 e 03 – Proposta Técnica, PRIMEIRA E SEGUNDA PARTE, sendo que o envelope para a via não identificada (nº 01) será fornecido pela Prefeitura Municipal de Camboriú, adotando a seu respeito o prescrito no art. 6º da Lei nº 12.232/10, para serem encaminhados à Subcomissão Técnica que procederá a análise e julgamento.

10.2. As propostas técnicas apresentadas pelas licitantes serão processadas e julgadas de acordo com o previsto no § 4º do art. 11 da Lei 12.232/10;

10.3. O Julgamento Técnico da PRIMEIRA PARTE DA PROPOSTA TÉCNICA (Plano de Comunicação Publicitária) obedecerá aos seguintes aspectos e critérios, considerando-se, na espécie, que a nota atribuída a cada quesito técnico resultará da soma das notas dadas para cada alínea que compõe o respectivo quesito técnico:

10.3.1. Na avaliação do Raciocínio Básico, a acuidade da compreensão:

- a) Das características da Prefeitura Municipal de Camboriú e de suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- b) Da natureza, extensão e qualidades das relações da Prefeitura Municipal de Camboriú, com os segmentos sociais que constituem seu público referencial;
- c) Do papel da Prefeitura Municipal de Camboriú, no atual contexto social, político e econômico.

10.3.2. Na avaliação da Estratégia de Comunicação Publicitária:

- a) A adequação do conceito proposto especificamente à campanha, assim como à Prefeitura Municipal de Camboriú, a sua natureza, suas especificidades e problemas;
- b) A capacidade evidenciada de riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação da Prefeitura Municipal de Camboriú com seu público preferencial;
- c) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa de sua proposição.

10.3.3. Na avaliação da Ideia Criativa:

- a) Sua adequação aos objetivos estratégicos e de comunicação da Prefeitura Municipal de Camboriú;
- b) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- c) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- d) Sua pertinência à atividade da Prefeitura Municipal de Camboriú e à inserção desta na sociedade;
- e) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrarem os exemplos de peças apresentadas.

10.3.4. Na avaliação da Estratégia de Mídia:

- a) O conhecimento e análise dos meios de comunicação e hábitos dos diversos segmentos de público prioritários;
- b) A capacidade analítica determinada pela análise desses hábitos;
- c) A consistência do plano simulado de distribuição de verba publicitária, contemplados os itens antecedentes;
- d) A economicidade na aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano de distribuição de peças, segundo critérios técnicos de mídia.

10.4. A Subcomissão Técnica realizará a análise individualizada e julgamento do plano de comunicação publicitária, desclassificando as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas neste instrumento convocatório e elaborará ata de julgamento do plano de comunicação publicitária, encaminhando à Comissão de Licitação, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa das razões que as fundamentaram (art. 11, § 4º, incisos III e IV, da Lei 12.232/10).



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

10.5. O Julgamento Técnico da SEGUNDA PARTE DA PROPOSTA TÉCNICA (Repertório e Cases Histories) obedecerá aos seguintes aspectos e critérios, considerando-se, na espécie, que a nota atribuída a cada quesito técnico resultará da soma das notas dadas para cada alínea que compõe o respectivo quesito técnico:

10.5.1. Na avaliação do Repertório:

- a) Sua concepção;
- b) Sua pertinência;
- c) A qualidade de execução e acabamento do texto.

10.5.2. Na avaliação dos Relatos de soluções de problemas de comunicação (cases histories):

- a) A concatenação lógica da exposição;
- b) A evidência de planejamento publicitário;
- c) A consistência das relações de causa e efeito.

10.6. A Subcomissão Técnica realizará a análise individualizada e julgamento dos quesitos que formam o conjunto de informações referentes ao proponente (Repertório e Cases Histories), desclassificando as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas neste instrumento convocatório e elaborará ata de julgamento dos referidos quesitos, encaminhando à Comissão de Licitação, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa das razões que as fundamentaram (art. 11, § 4º, incisos V e VI, da Lei 12.232/10).

10.7. A Comissão de Licitação, em sessão pública, fará a apuração geral das Propostas Técnicas, de posse do material que lhe foi encaminhado pela Subcomissão Técnica.

10.8. Serão abertos os envelopes com identificação das licitantes para o cotejo com o contido nos envelopes sem identificação, para averiguação de sua autoria.

10.9. A Comissão de Licitação elaborará a planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica, analisada e julgada pela Subcomissão Técnica que atribuiu a cada um deles notas de 0 a 10, multiplicando pelos respectivos pesos, conforme a seguinte tabela:

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1.	Plano de Comunicação Publicitária	6,0
SUBQUESITOS	I. Raciocínio Básico	1,0
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária	2,0
	III. Ideia Criativa	2,0
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	1,0
2.	Capacidade de Atendimento	1,5
3.	Repertório	1,0
4.	Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	1,5
PONTUAÇÃO TOTAL		10

10.10. Será proclamado o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica registrando-se em ata as propostas desclassificadas, se houver, e a ordem de classificação.

10.11. O resultado será publicado com a indicação das proponentes desclassificadas, se houver, e a ordem de classificação das licitantes, abrindo-se então o prazo recursal de conformidade com previsto na alínea “b”, do inciso I, do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993.

10.12. Será desclassificada a proposta que não alcançar pontuação igual ou superior a 60% (sessenta por cento) do total possível de pontos (pontuação máxima que pode ser obtida – 10 pontos), equivalente ao somatório da pontuação atribuída, individualmente, pelos membros da Subcomissão Técnica.

10.13. Na hipótese de ocorrer número de pontos fracionados serão considerados até o máximo de duas casas após a vírgula, sem aplicação de arredondamento de qualquer espécie.

10.14. Será classificada em primeiro lugar a licitante que alcançar a maior pontuação, considerado o somatório dos pontos atribuídos, e assim, sucessivamente, em ordem decrescente de pontos.



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

10.15. Superada a fase de julgamento das propostas técnicas e transcorridos todos os prazos recursais, a desclassificação de licitante redundará na devolução do Envelope nº 04 – Proposta de Preços, totalmente inviolado, o qual ficará a disposição durante o período de 15 (quinze) dias, findo o qual será inutilizado.

10.16. À Comissão de Licitação, além do recebimento e exame das propostas, caberá o julgamento da obediência às condições aqui estabelecidas, bem como em seus anexos, se for o caso, e a decisão quanto às dúvidas ou omissões do certame.

11 – DA ABERTURA DO ENVELOPE Nº 04 E DO JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

11.1. Encerrada a pertinente fase recursal, a Comissão de Licitação, em dia, hora e local previamente determinados, realizará, convocando antecipadamente as licitantes classificadas, reunião pública para abertura dos Envelopes de nº 04 – Proposta de Preços.

11.2. As Propostas de Preços serão apreciadas e julgadas pela Comissão de Licitação em reunião da qual participarão seus membros e, conforme o caso, sua assessoria. A ata da reunião, que conterá a discriminação de todas as propostas apresentadas e a indicação das que forem desclassificadas – com a citação dos respectivos motivos determinantes –, será subscrita pelos membros da Comissão de Licitação, em reunião pública previamente convocada. A intimação do resultado deste julgamento aos interessados será processada nos termos no art. 109, § 1º, da Lei nº 8.666/93.

11.3. O julgamento das propostas de preço poderá alcançar o máximo de 10 (dez) pontos, observado os seguintes critérios:

11.3.1. 10 (dez) pontos para a proposta que apresentar o maior percentual de desconto ofertado para os serviços definidos no item 7.1.1.1., deferindo-se pontos proporcionais aos demais proponentes de acordo com a seguinte fórmula:

$$TP = \frac{\%P}{M\%} \times 10$$

onde: TP = (total de pontos)

%P = (percentual da proposta em análise)

M% = (maior percentual ofertado)

11.4. 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 neste Edital.

11.5. Será desclassificada a proposta de preços, para serviços próprios, que contiver percentual de desconto superior a 30% (trinta por cento) do valor constante na Tabela Sugestão do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Santa Catarina – SINAPRO.

11.6. Não serão conhecidas vantagens não exigidas e não admitidas no instrumento convocatório.

12 – DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

12.1. A Subcomissão Técnica será constituída por três membros formados em comunicação, publicidade ou marketing, ou que atuem em uma destas áreas, sendo que, no mínimo, 1/3 (um terço) deles não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual direto ou indireto com a Prefeitura Municipal de Camboriú, art. 10, §1 da Lei nº 12.232/2010

12.2. 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 triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação, art. 10, §2 da Lei nº 12.232/2010.

12.4. Em até 48 (quarenta e oito) horas antes do sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa constante da relação publicada, desde que tenha fundamentação jurídica para tanto.

12.5. O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica de acordo com a proporcionalidade de membros que mantenham ou não vínculo com a Prefeitura Municipal de Camboriú, conforme o previsto no subitem 12.1.

12.6. Os membros da subcomissão técnica assinarão o Termo de Confidencialidade, que ficará nos autos do processo desta licitação, CONFORME ANEXO IX.

13 – DO VALOR DA AVALIAÇÃO E DA CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

13.1. O valor de avaliação final de cada proponente será calculado atribuindo-se peso 7 (sete) à pontuação obtida através da Proposta Técnica e peso 3 (três) à pontuação obtida através da Proposta de Preço, na seguinte conformidade:

13.1.1. Multiplicar-se-á o total de pontos obtidos através da Proposta Técnica pelo peso 7 (sete);

13.1.2. Multiplicar-se-á o total de pontos obtido através da Proposta de Preço pelo peso 3 (três);

13.1.3. Somar-se-ão os valores obtidos nos cálculos acima, obtendo-se o valor de avaliação final da proposta em análise.

13.2. A classificação será realizada pela ordem decrescente dos pontos obtidos.

13.3. Somente haverá desempate na análise final conjunta da “técnica” e do “preço” e não na análise individual de cada item ou quesito.

13.4. Ocorrendo empate terá preferência, sucessivamente, a licitante que:

- a) Obteve o maior somatório de pontos na Proposta Técnica;
- b) Obteve o maior somatório de pontos na Proposta de Preços.

13.4.1. Ainda permanecendo o empate, observar-se-á o disposto no art. 45, § 2º da Lei nº 8.666/93.

13.5. No preço proposto deverão estar inclusos os encargos sociais e trabalhistas, todos os equipamentos, instrumentos, ferramentas e máquinas, transporte, salários, carga tributária, alvará, custos dos serviços, as taxas municipais, estaduais e federais, as despesas indiretas, o lucro bruto da licitante e os demais custos mencionados nas especificações, necessários ao completo fornecimento dos serviços licitados.

13.6. A cotação apresentada e levada em consideração para efeito de julgamento será de exclusiva e total responsabilidade da licitante, não lhe cabendo, neste caso, o direito de pleitear qualquer alteração, seja para mais ou para menos.

13.7. A Prefeitura Municipal de Camboriú, reserva-se ao direito de verificar, sempre que julgar necessário, se os preços praticados pela licitante vencedora estão compatíveis com os de mercado.

13.8. Será feita a publicação do resultado final das Propostas, abrindo-se os prazos para interposição de recurso, conforme o disposto na alínea “b”, do Inciso I, do art. 109, da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993.

13.9. Expirados todos os prazos recursais, serão convocadas as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnica e de Preços, para apresentarem os envelopes lacrados contendo a documentação relativa a HABILITAÇÃO, constantes de item próprio desse edital, em obediência ao art. 11, § 4º, inciso XI, da Lei 12.232/10.

13.10. Formalizada, após minucioso exame da documentação apresentada pelas licitantes convocadas, a decisão quanto a habilitação ou a inabilitação será aberto o prazo para interposição de recurso, nos termos do da alínea “a” do inciso I, do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993.

13.11. Uma vez habilitadas as licitantes será homologada a vencedora do presente certame, cabendo, a critério da Administração, a eventual aplicação do disposto no § 3º do art. 2º da Lei nº 12.232/10.

14 – DA DOTAÇÃO/PROGRAMA DE TRABALHO/VERBA

14.1. A verba total destinada ao objeto licitado fica limitada em R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais) por ano.

14.2. Os recursos para execução do contrato estão previstos no orçamento 2022 do Município de Camboriú.

14.3. O valor contratado é meramente estimativo, não cabendo à Contratada qualquer direito à integralização, pois a Prefeitura Municipal de Camboriú, se reserva o direito de, a seu exclusivo critério, utilizar ou não a totalidade da verba prevista.

15 – DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

15.1. Observado o disposto no art. 109 da Lei nº 8.666/93, a licitante poderá apresentar recurso à Presidente da Comissão de Licitação, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar da comunicação do ato ou lavratura da ata, nos casos de habilitação ou inabilitação da licitante ou do julgamento das propostas.

15.2. Serão apreciados os recursos recebidos via Internet, correio, ou via protocolo da Secretaria da Administração ou no Setor de Compras e Licitações, apenas se protocolados dentro do prazo legal.



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

15.3. Interposto o recurso, será comunicado às demais licitantes que poderão impugná-lo no prazo de 05 (cinco) dias úteis. Findo este período, impugnado ou não o recurso, o servidor designado para presidir a licitação poderá, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, reconsiderar sua decisão ou encaminhá-la, devidamente informado, ao Assessor de Comunicação Social.

15.4. Transcorrido o prazo recursal e/ou decidido os recursos eventualmente interpostos, ou na hipótese da renúncia à apresentação de recursos, será o resultado da licitação submetido à autoridade superior para o procedimento de homologação com a devida adjudicação do objeto desta licitação ao vencedor.

16 – DOS PRAZOS PARA ASSINATURA CONTRATUAL E HOMOLOGAÇÃO

16.1. O prazo da contratação para execução dos serviços objeto deste certame, a serem executados de forma contínua, será de 12 meses a partir da assinatura, podendo ser prorrogado ou renovado por períodos sucessivos, na forma da legislação vigente.

16.2. A Prefeitura Municipal de Camboriú, sendo de seu interesse, procederá à convocação da adjudicada para assinar o Termo de Contrato (Anexo X).

16.3. A adjudicada, após a convocação, terá um prazo de **5 (cinco) dias úteis para a assinatura do contrato**, sob pena de perda do direito à contratação, sem prejuízo das sanções ou penalidades previstas em lei e neste instrumento convocatório.

16.4. A Prefeitura Municipal de Camboriú, poderá, quando a convocada não assinar o contrato ou aceitar outro instrumento hábil no prazo e condições estabelecidos neste instrumento convocatório, convocar as propostas remanescentes na ordem de classificação, para fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições propostas pelo primeiro classificado, inclusive quanto aos preços, atualizados de conformidade com o presente edital, ou revogar a licitação, independente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/93.

16.5. O prazo para o início da prestação dos serviços será de até 10 (dez) dias, contados a partir da assinatura do contrato.

17 – DO CONTRATO

17.1. Após o julgamento da presente licitação e homologado o serviço, sendo do interesse da Prefeitura Municipal de Camboriú, será convocado o vencedor para a respectiva assinatura do contrato, cuja minuta integra este edital, como Anexo X, cujas normas integram esta licitação.

17.2. A recusa injustificada da licitante vencedora em assinar o Contrato, aceitar ou retirar o instrumento equivalente, dentro do prazo estabelecido neste Edital, caracteriza o descumprimento total da obrigação assumida, sujeitando-se às penalidades legalmente estabelecidas, exceção feita à licitante convocada nos termos do art. 64, § 2º da Lei nº 8.666/93, que não aceitarem a contratação, nas mesmas condições propostas pela adjudicatária, inclusive quanto ao prazo e preço.

17.3. As multas aplicadas à Contratada, a critério da Prefeitura Municipal de Camboriú poderão ser descontadas no ato da liquidação do débito referente ao Contrato respectivo.

17.4. O conteúdo do presente instrumento convocatório fará parte integrante do futuro ajuste contratual, Autorização de Compras ou Ordem de Serviço, independente da transcrição.

17.5. Quando da assinatura do contrato, ou da retirada da Ordem de Fornecimento ou Serviço, e durante o pagamento da parcela relativa, a contratada deverá apresentar prova de regularidade fiscal, bem como regularidade com o INSS e FGTS, caso solicitado, sob pena de rescisão.

17.6. A Contratada deverá possuir, em até 30 (trinta) dias após a assinatura do contrato, escritório/filial na cidade de Camboriú ou nos municípios limítrofes a esta, destinado a atender, no local, toda a demanda decorrente da execução do contrato.

18 – DAS REMUNERAÇÕES

18.1. Os documentos de cobrança básica, reajustes eventuais e impostos, deverão ser encaminhados ao Contratante em 2 (duas) vias, por carta, devendo nelas constar os dados abaixo, sob pena de devolução para re-emissão, com a nova contagem de prazo de pagamento:

- número do contrato;
- local dos serviços;
- item contratual das condições de pagamento a que se refere o documento de cobrança;
- data do vencimento;
- descrição detalhada dos serviços executados;
- classificação do tipo de pagamento (básico, reajuste eventual ou imposto);
- forma de pagamento: carteira/documento de crédito/depósito bancário/cobrança bancária/outros.



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

18.2. No caso de documentos de cobrança emitidos com valor a maior, admite-se a correção destes mediante retificação formal em 2 (duas) vias condicionando a liberação do pagamento dos documentos de cobrança ao cumprimento desta exigência.

18.3. No caso de protesto indevido, decorrente do não cumprimento das cláusulas contratuais, de título de cobrança bancária ou negociado com terceiros, sujeitará o fornecedor a arcar com as respectivas custas cartorárias e honorários advocatícios, mesmo que o protesto tenha sido involuntário.

18.4. As eventuais despesas bancárias, processuais e outras decorrentes da não observância do prazo de pagamento pactuado em contrato, serão de exclusiva responsabilidade da Contratada.

18.5. A Contratante, a fim de compensar obrigações não cumpridas pela Contratada, se reserva o direito de reter na devida proporção da obrigação vencida e pendente de cumprimento, os créditos porventura existentes em favor da Contratada, inclusive para atender ao disposto no item anterior, bem como aos danos diretos causados pela Contratada à Prefeitura Municipal de Camboriú

18.5.1. Não serão pagos juros ou outros acréscimos sobre os créditos retidos.

18.6. Os documentos de cobrança somente poderão ser apresentados após a data prevista para o cumprimento do evento, vinculado às condições de pagamento do contrato e efetiva conclusão da etapa a que corresponder o pagamento.

18.7. Eventual antecipação do cumprimento dos eventos previstos no Contrato poderá ensejar antecipação de pagamento, a critério exclusivo da Contratante.

18.8. A não antecipação do pagamento por parte da Prefeitura Municipal não ensejará pagamento de quaisquer multas.

18.9. Entre a data efetiva de cumprimento do evento e seu pagamento, deverão ocorrer 20 (vinte) dias para produção interna, e 10 (dez) dias úteis para veiculação e produção de terceiros, contados da entrega dos documentos de cobrança, estes que deverão ser protocolados em até 5 (cinco) dias após a conclusão do evento.

18.10. Caso ocorra atraso na apresentação dos documentos de cobrança, o prazo de pagamento será ampliado em igual número de dias de atraso, sem que caiba qualquer reajuste adicional.

18.11. Havendo erro no documento de cobrança ou recusa na aceitação dos serviços, pela Contratante, o mesmo será devolvido e o pagamento será susado para que a Contratada tome as providências necessárias, passando o prazo a ser contado da data de protocolo da reapresentação.

18.11.1. Em caso de devolução do documento de cobrança, esta deverá ser realizada dentro do prazo de até 20 (vinte) dias, contados da data de sua entrega à Contratante.

18.11.2. Ultrapassando o prazo estabelecido no subitem anterior, o prazo para processamento e o pagamento do documento de cobrança reapresentado, será deduzido de igual número de dias do período que exceder 20 (vinte) dias.

18.11.3. Ocorrendo devolução do documento de cobrança, a Contratada será oficiada sobre as razões da devolução.

18.12. Nenhum pagamento isentará a Contratada das responsabilidades do Contrato, nem implicará em aprovação definitiva dos serviços executados, total ou parcialmente.

18.13. O não atendimento de qualquer cláusula destas condições gerais facultará a Contratante suspender o pagamento do documento de cobrança correspondente, até que seja cumprida pela Contratada a cláusula infringida, não se responsabilizando a Contratante, pelo atraso decorrente.

18.14. No caso de prorrogação do contrato, o reajustamento de preço poderá ser feito após 12 (doze) meses contados da data da assinatura do presente Contrato, pelo índice IPCA.

19 – DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

19.1. Os prazos e condições de pagamento serão:

19.1.1. Produção interna, em até 20 (vinte) dias, contados da entrega da fatura; e

19.1.2. Veiculação e produção de terceiros, 10 (dez) dias úteis, contados da entrega da fatura.

19.2. Acompanhará a Nota Fiscal o relatório da prestação contratual havida, no mês a que se referir.

19.3. Caso a Nota Fiscal/Fatura apresente incorreção, o prazo de pagamento será contado a partir da data de regularização do documento fiscal.



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

20 – DAS SANÇÕES

20.1. A inexecução total ou parcial do contrato terá procedimentos e consequências, na forma estabelecida na Seção V - Da Inexecução e da Rescisão dos Contratos - Capítulo III, da Lei n.º 8.666/93.

20.2. O presente contrato poderá sofrer alterações na forma estabelecida na Seção III - Da Alteração dos Contratos - Capítulo III, da Lei n.º 8.666/93.

20.3. O atraso injustificado na execução do contrato, assim como a sua inexecução total ou parcial, sujeitará a CONTRATADA às sanções administrativas na forma prevista na Seção II - Das Sanções Administrativas - Capítulo IV, da Lei n.º 8.666/93, ficando desde já estabelecidas as multas previstas no Edital.

20.4. O Município poderá aplicar à Contratada, ainda, as penalidades previstas no Edital de Concorrência 002/2014 e as previstas no artigo 87 da Lei n. 8.666/1993, em caso de inexecução total ou parcial do objeto ou contrato resultantes deste processo:

20.4.1. advertência;

20.4.2 multa de 1,0 % (um por cento) do valor da proposta, para cada dia ou fração de atraso da execução do objeto licitado;

20.4.3. multa de 10% (dez por cento) do valor remanescente em caso de desistência da execução;

20.5. Sem prejuízo das sanções previstas no Art. 87, da Lei n.º 8.666/93, o licitante adjudicatário ficará sujeito às seguintes penalidades:

20.5.1. 10% (dez por cento) do valor do contrato atualizado pela execução de material/serviço desconforme com o especificado e aceito;

20.5.2. 1,0 % (um por cento) do valor do contrato atualizado pela não substituição dos produtos/serviços recusados por este Município, no prazo estipulado, até o limite de 10% (dez por cento);

20.5.3. 0,33% por dia, sobre o valor total da proposta limitado a 10% do valor contratual atualizado, pelo descumprimento dos prazos e condições previstos neste processo;

20.5.4. Sem prejuízo das sanções disposta nos itens anteriores desta mesma cláusula, a recusa, injustificada ou cuja justificativa não seja aceita pelo Município, em retirar Nota de Empenho de Despesa será interpretada como ruptura de contrato e sujeitará a empresa adjudicada ao pagamento de multa no valor de 10% (dez por cento) sobre o valor da proposta da licitante vencedora.

20.5.5. A multa poderá ser aplicada cumulativamente com as demais sanções, não terá caráter compensatório e a sua cobrança não isentará a obrigação de indenizar eventuais perdas e danos.

20.5.6. As multas referidas nesta cláusula serão deduzidas pelo Município por ocasião do pagamento da nota fiscal respectiva.

21 – DOS ANEXOS, INFORMAÇÕES GERAIS E RETIRADA DOS DOCUMENTOS

21.1. Não será motivo para inabilitação ou desclassificação de licitante, a falta de alguma condição deste edital, de forma inexpressiva e que não prejudique a boa interpretação, aos direitos iguais e os princípios legais da escolha da melhor proposta.

21.1.1. A Comissão Permanente de Licitação, no interesse público, poderá sanar, relevar omissões ou erros puramente formais observadas na documentação e proposta, desde que não contrariem a legislação vigente e não comprometam a lisura da licitação, sendo possível a promoção de diligência destinada a esclarecer ou a suplementar a instrução do processo.

21.2. Todas as propostas devem ser apresentadas em papel timbrado ou com identificação segura da licitante, com exceção das que vierem a integrar o envelope de nº 01 que não comportarão nenhuma identificação da proponente, contendo as informações exigidas neste instrumento, assinada por quem de direito, no idioma oficial do Brasil, admitidos neologismos, sem rasuras, emendas ou entrelinhas, constando os percentuais de descontos propostos com 2 (duas) casas decimais após a vírgula, em algarismos arábicos e por extenso.

21.3. A divulgação do resultado do julgamento não constitui fato gerador de qualquer direito para as licitantes, ficando a critério da Prefeitura Municipal de Camboriú decidir pela contratação.

21.4. A participação nesta licitação implica, por parte das licitantes, na aceitação, em caráter irrevogável, de todos os termos deste edital.

21.5. Os casos omissos serão resolvidos pela Comissão de Licitação, com base nas Leis nº 8.666/93 e 12.232/10, que regem o presente instrumento convocatório.

21.6. Todos os atos inerentes a este processo licitatório serão publicados no Diário Oficial dos Municípios (DOM);

21.7. Fazem parte integrante e inseparável deste instrumento convocatório:



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

- Anexo I – Objeto da Licitação;
- Anexo II – Indicação De Recurso - Dotação Orçamentária;
- Anexo III – Modelo de carta de credenciamento;
- Anexo IV – Modelo de declaração de idoneidade;
- Anexo V – Modelo de termo de renúncia;
- Anexo VI – Modelo de declaração para Observações complementares;
- Anexo VII - Termo de Referência e Briefing;
- Anexo VIII - Modelo para formulação da proposta;
- Anexo IX – Termo de Confidencialidade;
- Anexo X - Minuta Contratual;
- Anexo XI – Termo de esclarecimentos.

22 – DO FORO

22.1. Para dirimir as questões oriundas deste instrumento convocatório e do futuro contrato, será competente o Foro da Comarca de Camboriú – SC, com renúncia a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

Camboriú, 21 de junho de 2022.

ELCIO ROGERIO KUHNEN
PREFEITO MUNICIPAL

VALDELICE SIQUEIRA
ASSESSORA DE COMUNICAÇÃO



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

ANEXO I

CONCORRÊNCIA Nº 7/2022 - MUNICÍPIO DE CAMBORIÚ

OBJETO DA LICITAÇÃO

Item	Descrição	Unid	Quant	Unit	Total
1	CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE PROPAGANDA, QUE SE COMPÕE DE PLANEJAMENTO, CRIAÇÃO, DISTRIBUIÇÃO, VEICULAÇÃO E CONTROLE DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS, PROMOÇÕES, MATERIAIS DE DIVULGAÇÃO, PRODUÇÃO GRÁFICA E ELETRÔNICA, PROJETOS PUBLICITÁRIOS, EVENTOS E OUTROS SERVIÇOS NECESSÁRIOS PARA AS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PREFEITURA MUNICIPAL REALIZADAS PELA ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO.	SER	1	1.000.000,00	1.000.000,00



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

ANEXO II

CONCORRÊNCIA Nº 7/2022 - MUNICÍPIO DE CAMBORIÚ

INDICAÇÃO DE RECURSO - DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

REDUZIDO	CÓDIGO DA DOTAÇÃO	DESCRIÇÃO DA DESPESA	COMPL. DO ELEMENTO	VALOR PREVISTO
			3.33.90.39.88	R\$1.000.000,00
TOTAL PREVISTO				R\$1.000.000,00



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

ANEXO III

CONCORRÊNCIA Nº 7/2022 - MUNICÍPIO DE CAMBORIÚ

CARTA DE CREDENCIAMENTO

À comissão de Licitação da **PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMBORIÚ**

Pelo presente, credenciamos o (a) Sr. (a) Portador (a) da célula de Identidade sob Nr., e CPF sob Nr., a participar do procedimento licitatório, sob a modalidade acima, instaurado por este órgão público.

Na qualidade de representante legal da Empresa Outorga-se ao acima credenciado, dentre outros poderes, o de renunciar ao direito de interposição de recurso.

..... de de 2022

Carimbo com CNPJ:

Assinatura do Representante Legal da Empresa

Nome:



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

ANEXO IV

DECLARAÇÃO DE IDONIEDADE

CONCORRÊNCIA Nº 7/2022 - MUNICÍPIO DE CAMBORIÚ

À comissão de Licitação da **PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMBORIÚ**

Declaramos para os fins de direito, na qualidade de proponente do procedimento licitatório, sob a modalidade acima, instaurado por este órgão público, que não fomos declarados inidôneos para licitar ou contratar com o Poder Público, em qualquer de suas esferas.

Por expressão da verdade, firmamos a presente.

....., de de 2022.

Carimbo com CNPJ:

Assinatura do Representante Legal da Empresa

Nome:



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

ANEXO V

TERMO DE RENÚNCIA

CONCORRÊNCIA Nº 7/2022 - MUNICÍPIO DE CAMBORIÚ

À comissão de Licitação da **PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMBORIÚ**

A proponente abaixo assinada, participante da licitação acima, por seu representante credenciado, declara, na forma e sob as penas impostas pela Lei Nr. 8.666/93 de 21 de junho de 1993, obrigando a empresa que representa, que não pretende recorrer da decisão da Comissão de Licitação, que julgou os documentos de habilitação preliminar, renunciando assim, expressamente, ao direito de recurso e ao prazo respectivo.

....., de de 2022.

Assinatura do Representante Legal da Empresa

Nome:



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

ANEXO VI

OBSERVAÇÕES COMPLEMENTARES

CONCORRÊNCIA Nº 7/2022 - MUNICÍPIO DE CAMBORIÚ

DECLARAÇÃO DE CUPRIMENTO ART. 7º, XXXIII DA CF.

Razão Social:
Endereço:
CNPJ:

Vem através de seu representante legal infra-assinado, em atenção ao inciso V do art. 27 da Lei 8.666/1993, acrescido pela Lei nº 9.854/1999 de 27 de outubro de 1999, declara expressamente, sob pena da Lei, que cumpre integralmente a norma contida na Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, artigo 7º, inciso XXXIII.

....., de de 2022

Assinatura do Representante Legal da Empresa

Nome:



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

ANEXO VII

CONCORRÊNCIA Nº. 7/2022 – MUNICÍPIO DE CAMBORIÚ

TERMO DE REFERÊNCIA E BRIEFING 001/2022

1. DO OBJETO

CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE PROPAGANDA, QUE SE COMPÕE DE PLANEJAMENTO, CRIAÇÃO, DISTRIBUIÇÃO, VEICULAÇÃO E CONTROLE DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS, PROMOÇÕES, MATERIAIS DE DIVULGAÇÃO, PRODUÇÃO GRÁFICA E ELETRÔNICA, PROJETOS PUBLICITÁRIOS, EVENTOS E OUTROS SERVIÇOS NECESSÁRIOS PARA AS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PREFEITURA MUNICIPAL REALIZADAS PELA ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO.

2. CLIENTE

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMBORIÚ – Os serviços serão prestados ao Município de Camboriú através de Assessoria de Comunicação Social e as despesas decorrentes deste Edital correrão por conta de dotação orçamentária própria e do Fundo Municipal de Saúde.

3. MODALIDADE DE LICITAÇÃO

Concorrência – Regida pela Lei 12.332 de 29/04/2010 e Lei 8.666, de 21/06/1993.

4. TIPO DE LICITAÇÃO

Melhor Técnica e Melhor Preço

5. DO VALOR

O valor estimado destinado às campanhas publicitárias, objeto deste contrato, para o exercício de 2022 é de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de Reais) ficando a critério da Contratante, exclusivamente, a utilização ou não da verba total. Em caso de prorrogação, os valores serão os constantes no orçamento previsto para o respectivo exercício e serão definidos em termos aditivos do contrato.

6. PRAZO

O período do presente Contrato, objeto da presente Licitação é de 12 (doze meses), a partir da assinatura do contrato, podendo ser prorrogado em forma da lei.

7. DOS INTERESSADOS

Participarão desta Concorrência Agências de Propaganda – assim definidas as empresas mencionadas no Art. 3º da Lei 4.680, de 18 de junho de 1963.

BRIEFING

O presente briefing contém informações básicas destinadas a orientar as agências de publicidade interessadas em participar do processo licitatório da Prefeitura de Camboriú, no desenvolvimento da sua Proposta Técnica. A campanha simulada deverá ser desenvolvida para efeito exclusivo de julgamento do processo licitatório, do tipo técnica e preço, não gerando para a Prefeitura de Camboriú a obrigação de executá-la no futuro.

1. DADOS GERAIS DO MUNICÍPIO (IBGE)

População estimada 2021: 87.500

População 2010: 62.361

Área da unidade territorial (km²): 212,320

Densidade demográfica 2010 (hab/km²): 293,68

PIB per capita a preços correntes 2019: R\$ 20.293,69

Gentílico: camboriuense

Colonização: Açoriana e italiana

2. HISTÓRIA

Camboriú é uma cidade situada na micro-região da AMFRI (Associação dos Municípios da Foz do Rio Itajaí) ao lado sudeste de Balneário Camboriú em relação à BR-101, na região norte do litoral catarinense.

Com população de 87.500 habitantes a cidade destaca-se por ser uma região com paisagens bucólicas, onde o verde predomina e contrasta com azul do céu, tendo como pano de fundo cadeias de montanhas.

Na região encontram-se hotéis, pousadas rurais, estrutura para eventos e convenções, cachoeiras, além do Pico da Pedra, que presenteia os visitantes com uma vista estonteante.

A cidade também sedia grandes eventos como os Gideões Missionários da Última Hora, que recebe anualmente milhares de participantes. Completando esse paraíso de água e terra, Camboriú reúne todas as condições para receber os visitantes, que desejam curtir momentos de lazer, adrenalina e emoção. A colonização em Camboriú aconteceu na



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

segunda década do século XIX, com Baltazar Pinto Corrêa, natural da cidade de Lamego, Concelho de Viseu, norte de Portugal. Inicialmente ele veio para Porto Belo. Provavelmente chegou aqui em 1821. Ele requereu uma carta sesmaria para ocupar uma gleba de terra e iniciar um povoamento, que segundo o Historiador José Boiteux, seu contemporâneo, Baltazar deu o nome de Freguesia do Bom Sucesso.

Ele recebeu a carta de sesmaria no dia 26 de setembro de 1826, depois de passar longos anos embaraçada na cretina burocracia do Coroa no final do governo de D. João VI. Essa colonização iniciou no Canto Norte da Praia, conforme revela a carta de sesmaria, depois seguiu para a Localidade hoje conhecida como “Barra” onde foi criado o Município de Camboriú. Outros vieram mais tarde, sempre atraídos pela fertilidade das terras. Destacamos o colonizador Alferes da Guarda Nacional, Tomaz Francisco Garcia, o primeiro a estabelecer-se com sua família e escravos, na atual cidade, a que, por longos anos, chamaram “Garcia”, em homenagem ao seu fundador.

Pertencente, de início, a Porto Belo, integrou mais tarde o território de Itajaí, até a data de sua emancipação, o que se verificou através da Lei n.º 1.076, de 05 de abril de 1884. A instalação do município ocorreu em 15 de janeiro de 1885. “Barra”, foi inicialmente sede do município, mas a “Vila Garcia”, hoje Cidade de Camboriú, dado o seu crescente progresso, superior a, “Barra”, passou a ser o centro administrativo a partir de 1890.

O nosso hoje Município de Camboriú foi primeiramente denominado de Freguesia de Nossa Senhora do Bom Sucesso de Camboriú ser elevada à categoria de Vila, passando a ser chamada de Vila de Camboriú. Devido ao nome do Balneário Camboriú, é chamado, pelos novos habitantes, de Camboriú Velho. Foi Distrito pela Lei Provincial nº 292, de 26 de abril de 1849, com o nome de Nossa Senhora do Bom Sucesso de Camboriú e, Município de Camboriú, pela Lei Provincial do Governador Dr. Francisco Luiz da Gama Roza, n.º 1.076, de 5 de abril de 1884. O Município foi instalado em 15 de janeiro de 1885. O significado do nome Camboriú é de origem guarani e vem do termo original CAMBORIGUASSU. Segundo documentos datados desde 1501, conforme nos revela Luís da Câmara Cascudo em sua obra mais espetacular, Camboriú era o termo que os autóctones usavam para denominar um peixe que hoje chamamos de robalo. O sufixo guassu ou guaçu, açu ou simpleste ú, significa grande. Tese essa sustentada pelos principais cientistas do século XIX, que estudaram a sua etimologia, entre eles, o botânico Francês August de Saint-Hilaire, Teodoro Sampaio entre outros. Pela lei do menor esforço ou corruptela do linguajar popular num fenômeno que os gramáticos definem como “metaplasmo de supressão por síncope”, o termo foi aprimorado para Camboriú, nome que consta no autógrafo da lei 1076. Mais tarde eruditos como vigários e escrivães, aprimoraram para Camboriú, termo definitivo.

3. ASPECTO ECONÔMICO-FINANCEIRO

Camboriú tem três fortes bases econômicas: comércio, prestação de serviços e construção civil. O município já se destacou pela extração de minérios, principalmente mármore, e pela produção de arroz. Hoje, a atividade agrícola predominante continua sendo o cultivo de arroz irrigado. Conta também com a criação de gado, produção de milho, frutas, hortaliças, e outras com menor representatividade. A área rural é constituída, em sua maior parte, de pequenas propriedades com agricultura familiar.

Camboriú possui grande potencial para o turismo ecológico rural, por suas belezas naturais.

É uma cidade que agrega fatores importantes para todo investidor. Com uma localização privilegiada e em franco desenvolvimento econômico social, possui política urbana, mobilidade, conectividade, infraestrutura, logística, mão de obra e disponibilidade de energia.

A localização do município pode ser considerada estratégica, levando-se em conta a proximidade e a facilidade de acesso com o porto de Itajaí e aeroporto de Navegantes, através da BR-101, que é também o maior eixo de desenvolvimento turístico do estado.

Distante apenas 15 quilômetros de Itajaí, o Município de Camboriú está inserido numa das regiões metropolitanas que mais se desenvolve em Santa Catarina. A cidade portuária é um grande polo na região, concentrando grande parte da oferta de emprego, prestação de serviços e comércio exterior.

Camboriú tem também uma relação muito íntima com Balneário Camboriú, ficando a apenas três quilômetros. Esta relação vai desde o compartilhamento da água do Rio Camboriú, à mão de obra e ao turismo, assim como também à valorização imobiliária.

O município está entre as 12 melhores cidades do Estado para quem quer empreender ou está em busca de trabalho.

A despeito das dificuldades recentemente vivenciadas e da crise econômica mundial, fatores associados que impuseram enormes perdas ao Estado, Santa Catarina tem demonstrado ter condições de resposta à crise. Várias estratégias de recuperação estão sendo implementadas pelo setor privado e o agente público vem, também, fazendo a sua parte. São as recentes políticas públicas de suporte à recuperação de empresas em Santa Catarina, comprovadamente afetadas pela crise. Na esteira de todo este movimento de mudança no cenário econômico catarinense, pode estar ganhando força a natural concorrência entre nossos municípios por novos investimentos.

Novos investimentos em infra-estrutura estão na pauta de urgências da nova Administração Municipal, o que parece ser fundamental para atrair investimentos privados de expansão e implantação de novas unidades de negócio em Camboriú. Mas, fundamentalmente, promover a visibilidade da Cidade é mesmo fator determinante, para que sejam atingidos os objetivos como o crescimento da qualidade de vida dos Camboriuenses.

4. CARACTERÍSTICAS

Camboriú possui grande potencial para o turismo ecológico rural, por suas belezas naturais e por sua grande proximidade com Balneário Camboriú, referência nacional para turistas - Camboriú está a 5km praia central de Balneário Camboriú. Camboriú dispõe de recantos e belezas naturais, cachoeiras, pousadas rurais, pesque-pague e trilhas em uma vasta extensão - dos 212 km² do município, 177 km² são de área rural. A trilha do Jacaré é muito visitada pelos amantes de bike, além do interior sediar inúmeros eventos de ciclismo. O Pico da Pedra é um atrativo à parte, pois possibilita que o visitante desfrute de exuberante vegetação de Mata Atlântica e grande visão da região.



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

Inclusive, o Pico da Pedra é um dos símbolos da cidade. Outro grande símbolo é a Praça das Figueiras. O verdadeiro nome do local é Praça Flávio Vieira, mas ela acabou sendo conhecida com Praça das Figueiras por causa das árvores centenárias ali localizadas. Outra característica marcante da cidade são as festas religiosas. O principal evento é o Encontro Internacional dos Gideões Missionários da Última Hora, realizado no mês de abril, com duração de cerca de dez dias, que recebe evangélicos de todo o Brasil – e é considerado o maior encontro de missões do mundo. Devido ao evento, Camboriú foi reconhecida por lei estadual como a Capital Catarinense das Missões.

Outro tradicional evento e o mais antigo da cidade é a Festa do Divino Espírito Santo. Herança açoriana, a Festa tem cortejo do casal imperador e imperatriz e mobiliza a comunidade com orações e missas em todos os bairros e comunidades do interior por semanas antes da Festa oficial, realizada no Salão Paroquial.

No esporte, a cidade tem representantes em várias modalidades por meio de associações. O maior destaque é o time de futebol da cidade, o Camboriú FC. Chamado de Cambura pelos torcedores, o time conquistou a Série B em duas oportunidades, em 2006 e 2011. Em 2020 subiu para série A e foi vice-campeão do Campeonato Catarinense, primeira divisão, em 2022.

5. SAÚDE

Melhorar a Atenção Básica, ainda é uma das metas. A reabertura do Hospital Cirúrgico Camboriú (HCC) foi um passo muito importante para a comunidade camboriuense. Mas de três mil cirurgias já foram realizadas no HCC, sem falar na importância durante a pandemia da Covid-19. O hospital serviu de local de triagem, testagem e até mesmo de internação. Agora estamos prestes a ter um Hospital Regional, com maternidade e vocação para trauma. Todas as Unidades de saúde foram reformadas, algumas ampliadas e o Cerfis e o Caps ganharam novas instalações. O Monte Alegre ganhou um Centro de Especialidades Médicas.

6. EDUCAÇÃO

Já a rede de ensino municipal conta hoje com mais de 14 mil alunos, atendidos do berçário ao 9º ano em 33 locais, entre escolas e Centros de Educação Infantil e Educação de jovens e adultos. Mais de 25 unidades de ensino já passaram por reforma e/ou ampliação. O CEI Maria Bittencourt Saut e o Hélio Borineli foram reconstruídos. No momento está em andamento a construção de três escolas municipais e uma estadual. Todos os alunos recebem uniforme escolar e 90% das salas de aula estão climatizadas. O maior desafio nesta área é a questão de vagas de creches, ainda insuficientes para atender toda a demanda da cidade.

7. ESTRUTURA ADMINISTRATIVA DA PREFEITURA

I - Órgãos de Assessoramento Superior:

- a) Gabinete do Prefeito;
- b) Procuradoria-Geral do Município
- c) Assessoria de Comunicação

II - Órgão de Fiscalização e Controle:

- a) Controladoria Interna.

III - Unidades Administrativas de Atividades - Meio:

- a) Secretaria Municipal de Administração;
- b) Secretaria Municipal de Finanças.

IV - Unidades Administrativas de Atividades - Fim:

- a) Secretaria Municipal de Educação;
- b) Secretaria Municipal de Saúde;
- c) Secretaria Municipal de Obras e Serviços Urbanos:
 - 1. Sub-Prefeitura do Distrito de Monte Alegre.
- d) Secretaria Municipal de Agricultura;
- e) Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico;
- f) Secretaria Municipal de Desenvolvimento e Assistência Social;
- g) Secretaria Municipal de Saneamento Básico;
- h) Secretaria Municipal de Planejamento Urbano.
- i) Secretaria Municipal de Proteção e Defesa Civil.

V - Entidades da Administração Municipal Indireta:

- a) Regime Próprio de Previdência Social do Município de Camboriú - CAMBORIÚ PREV;
- b) Fundação Municipal de Esportes de Camboriú;
- c) Fundação Municipal de Cultura;
- d) Fundação Municipal do Meio Ambiente.

8. OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

A cidade vem apresentando grande crescimento populacional desde a década de 90, mas deu um salto nos últimos 10 anos com um crescimento muito acima da média das cidades de Santa Catarina com um aumento de 40%. A população segue marcada por grande heterogeneidade. Famílias tradicionais da cidade, com raízes fortes e grande apego à cultura local se misturam, cada dia mais, com pessoas de todos os cantos do país, que chegam em Camboriú para buscar uma oportunidade de estabelecer moradia e gerar renda por meio de mão de obra e criação de novas empresas. Diante deste cenário, a Prefeitura de Camboriú precisa estar pronta para conversar com esse público diverso e que espera do Poder Público respostas aos seus anseios.

Por isso, o objetivo da comunicação institucional da Prefeitura é acessar toda a população com linguagem simples e direta, com um posicionamento que transmita confiança e seriedade, sem perder a proximidade necessária para dialogar com a comunidade local.

Esta comunicação precisa ser eficiente para divulgar melhorias na cidade, mas também para estabelecer um canal de comunicação entre Poder Público e comunidade. Desta forma, o desafio geral da comunicação consiste em dar visibilidade às ações da administração municipal e divulgação dos atos, programas, obras, serviços e campanhas de interesse público e comunitário promovidos pela Prefeitura de Camboriú, observando o caráter educativo, informativo, de orientação social, viabilizando canais de comunicação que propiciem informação, compreensão e entendimento da comunidade.

9. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

Considerando este cenário e a partir das necessidades declaradas, esta Comissão de Licitação espera das agências licitantes uma campanha publicitária que destaque e valorize a Cidade, persuadindo e convencendo o mercado-alvo que Camboriú é realmente a melhor opção dentre as possibilidades existentes, o que poderá, associado às demais decisões estratégicas da nova administração, assegurar a necessária condição para o desenvolvimento sócio-econômico sustentável do nosso município.

Com a implantação de empresas no município a arrecadação aumenta, podendo assim o município investir em obras e ações para uma melhor qualidade de vida para a população e um melhor lugar para se viver.

Prazo da Campanha: 30 dias

Abrangência: Estadual

Verba hipotética: 300 mil reais.

10. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

10.1 A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

Invólucro nº 1

10.1.1 No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que tratam os subitens 11.2 e 11.3 deste Edital.

10.1.1.1 Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado, fornecido pela Comissão Especial de Licitação, a ser retirado, exclusivamente, pela agência que o solicitar formalmente na Diretoria de Licitação da Prefeitura, de segunda a sexta-feira, das 12 h às 18 h.

10.1.1.2 O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica, para preservar, até a abertura do Invólucro nº 2, o sigilo quanto à sua autoria, de cor branca. O Invólucro nº 1 não poderá:

- a) ter nenhuma identificação;
- b) apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilita identificação da licitante;
- c) estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante.

Invólucro nº 2

10.1.2 No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 11.4 deste Edital.



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 2 Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada Nome empresarial e CNPJ da licitante Concorrência nº 7/2022

10.1.2.2 O Invólucro nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

Invólucro nº 3

10.1.3 No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 11.5, 11.7 e 11.9 deste Edital.

10.1.3.1 O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 3 Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação Nome empresarial e CNPJ da licitante Concorrência nº 7/2022
--

10.1.3.2 O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

10.1.3.3 O Invólucro nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11 APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

11.1 A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Publicitária	I. Raciocínio Básico
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária
	III. Ideia Criativa
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia
2. Capacidade de Atendimento	
3. Repertório	
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

11.1.1 A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

11.2 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada: para sua apresentação, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

- em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- sem capa e contracapa ;
- conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2, orientação retrato, observado o disposto na alínea 'c2' do subitem 11.2.2 deste Edital;
- espaçamentos de 2cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas; margem superior e inferior livres.
- Sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes, com os itens que compõem o Plano de Comunicação Publicitária (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e não Mídia), iniciando sempre em páginas novas;
- espaçamento simples entre as linhas;
- alinhamento justificado do texto;
- texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observados os subitens 11.2.1, 11.2.2 e 11.2.3 deste Edital;



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

- i) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- j) sem identificação da licitante.

11.2.1 As especificações do subitem 11.2 não se aplicam às peças de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3 e à indicação prevista no subitem 11.3.3.3.6 e 11.3.3.3.1 deste Edital.

11.2.3.1 Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

- I. ser editados em cores;
- II. ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;
- III. ter qualquer tipo de formatação de margem;
- IV. **ser apresentados em papel A3 dobrado.**
- V. não precisam ser numerados

11.2.3.2 As páginas em que estiverem inseridas os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser impressas na orientação paisagem ou retrato.

11.2.2 Os exemplos de peças integrantes do subquesto. Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea 'a' do subitem 11.2 deste Edital.

11.2.4.1 Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 10.1.1.2 e 23.2.1 e no subitem 23.2.1.1 deste Edital.

11.2.3 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada **não** poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.2.4 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.

11.2.5 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentar especialmente para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 10.1.1.2 e 23.2.1 e no subitem 23.2.1.1 deste Edital.

11.2.6 Para fins desta tomada de preços, consideram-se como não mídia os meios publicitários (*off-line*) que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens a públicos determinados.

11.2.7 Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquestos. Essas páginas não serão computadas no limite de página previsto no subitem 11.2.4 e devem seguir as especificações do subitem 11.2, no que couber.

11.3 A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no Briefing (Anexo I), observadas as seguintes orientações:

11.3.1 Subquesto 1 - Raciocínio Básico - apresentação em que a licitante descreverá:

- a) análise das características e especificidades do ANUNCIANTE e do seu papel no contexto no qual se insere;
- b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
- c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

11.3.2 Subquesto 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária - apresentação e defesa da Estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no Briefing, compreendendo:

- d) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;
- e) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

11.3.3 Subquesto 3 - Ideia Criativa - apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

- a) relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma;



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 11.3.3.3 deste Edital.

11.3.3.1 A descrição mencionada na alínea 'a' do subitem 11.3.3 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.

11.3.3.2 Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 11.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

11.3.3.3 Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

- a) roteiro, *layout* ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;
- b) 'monstro' ou *layout* eletrônico, para o meio rádio;
- c) *storyboard* animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e internet;
- d) 'boneca' ou *layout* montado dos materiais de não mídia.

11.3.3.3.1 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, observado o disposto no subitem 11.2.1. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

11.3.3.3.2 Na elaboração de 'monstro' ou *layout* eletrônico para o meio rádio poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.

11.3.3.3.3 Na elaboração do *storyboard* animado ou *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não podendo ser inseridas imagens em movimento.

11.3.3.3.4 O 'monstro' ou *layout* eletrônico e o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em CD, DVD ou *pen drive*, executáveis em sistema operacional *Windows*.

11.3.3.3.4.1 Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou *pen drive*) não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

11.3.3.3.5 Os exemplos não serão avaliados sob os critérios utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela licitante para a apresentação.

11.3.3.3.6 Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deste Edital, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, *banner* internet).

11.3.3.4 Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez), 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) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, *banner* de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como *outdoor*, envelopamento de veículo, adesivagem de *finger*, entre outros), será considerada 01 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;
- d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;
- e) um filme e o *hotsite* que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças;
- f) um *banner* e o *hotsite* por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.

11.3.3.4.1 Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere à alínea 'd' do subitem 11.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

11.3.4 Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

I. estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação do ANUNCIANTE a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

II. tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

III. plano de mídia: composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias e demais informações que a licitante considerar relevantes;

IV. simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

11.3.4.1 Todas as peças publicitárias, que integrarem a relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

11.3.4.2 O plano de mídia proposto deverá apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos

- a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
- 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 na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação;
- e) as quantidades a serem produzidas de cada peça publicitária de não mídia;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça publicitária de não mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia;
- h) os valores (absolutos e percentuais) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

11.3.4.3 Nessa simulação:

- a) os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículo de divulgação que não atuem com tabela de preços;
- c) deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- d) deverão ser desconsiderados os honorários e custos internos sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

11.3.4.3.1 Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea 'a' do subitem 11.3.4.3 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

11.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, sem os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

- I - ter a identificação da licitante;
- II - ser datado;
- III - estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

Quesito 2 - Capacidade de Atendimento: a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.4.1 O caderno específico mencionado no subitem 11.4 não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.5 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar:

- a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;
- c) infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição do ANUNCIANTE para a execução do contrato;
- d) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;
- e) relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

11.6 Quesito 3 - Repertório: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato ou paisagem, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.6.1 Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.7 O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante

11.7.1 A licitante deverá apresentar 10 (dez) peças publicitárias, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

11.8.1.1 peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas **a partir de 1º de janeiro de 2020**.

11.8.1.2 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou ser apresentadas soltas.

11.8.1.3 As peças gráficas deverão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.6 e deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

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

11.8.3 As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pelo ANUNCIANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

11.9 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado com papel timbrado da licitante.

11.9.1 Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.10 A licitante deverá apresentar 03 (três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 04 (quatro) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

- I. deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
- II. deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
- III. não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pelo ANUNCIANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;
- IV. deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

11.10.1 Os Relatos de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementados **a partir de 1º de janeiro de 2020**.



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

11.10.2 É permitida a inclusão de até 03 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem

11.9 ou ser apresentadas soltas;

II - as peças gráficas deverão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9, em papel A4 ou A3 dobrado, em qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;

III - para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propõe a resolver.

12 JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

12.1 A Subcomissão Técnica, prevista no item 20, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

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

12.2.1 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

12.2.1.1 Subquesito 1 - Raciocínio Básico

- a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do ANUNCIANTE e do contexto de sua atuação;
- b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
- c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo ANUNCIANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

12.2.1.2 Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do ANUNCIANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
- b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;
- c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do ANUNCIANTE com seus públicos;
- d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
- e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o ANUNCIANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.

12.2.1.3 Subquesito 3 - Ideia Criativa

- a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b) a pertinência da solução criativa com a natureza do ANUNCIANTE, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;
- d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;
- e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;
- g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.

12.2.1.4 Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

- b) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;
- c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;
- d) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do ANUNCIANTE e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- e) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

12.2.2 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

- a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;
- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do ANUNCIANTE;
- c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do ANUNCIANTE na execução do contrato;
- d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o ANUNCIANTE e a licitante;
- e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE.

12.2.3 Quesito 3 - Repertório

- a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;
- b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;
- c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.

12.2.4 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;
- b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;
- c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;
- d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

12.3 A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.

12.3.1 Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito, a Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas pelas licitantes e a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta, aos critérios de julgamento técnico estabelecidos no item 12 deste Edital.

12.3.2 Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Publicitária		6,0
SUBQUESITOS	I. Raciocínio Básico	1,0
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária	2,0
	III. Ideia Criativa	2,0



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	1,0
2. Capacidade de Atendimento	1,5
3. Repertório	1,0
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	1,5
PONTUAÇÃO TOTAL	10

12.3.2.1 Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas nos subitens 11.8.1 e 11.10 para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas no subitem 12.3.2 deste Edital.

A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal.

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

12.3.4.1 Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, 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 ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 04 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório; e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

12.4 Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação, observado o disposto no subitem 12.5 deste Edital.

12.5 Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

- a) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;
- b) não alcançar, no total, 7,5 (sete vírgula cinco) pontos;
- c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

12.5.1 Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do presente Edital, a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto no subitem 20.4 deste Edital.

12.6 Se houver empate que impossibilite a identificação automática da melhor Proposta Técnica, será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

12.7 Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 23.3 ou em ato público marcado pela Comissão Especial de Licitação, cuja data será divulgada na forma do item 21 e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

13 ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

Invólucro nº 4

13.1 No Invólucro nº 4 deverá estar acondicionado a Proposta de Preços das licitantes.



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

13.1.1 O Invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 4 Proposta de Preços Nome empresarial e CNPJ da licitante Concorrência nº 7/2022

13.1.2 O Invólucro nº 4 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

14 APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

14.1 A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços que constitui o Anexo III e apresentada em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

14.2 Os quesitos a serem valorados pelas licitantes são os integrantes do subitem 1.1 da Proposta de Preços, cujo modelo constitui o Anexo III, ressalvado que, nos termos do § 1º do art. 46 da Lei nº 8.666/1993 (**VALORES MÁXIMOS**), não serão aceitos:

- a) percentual de desconto inferior a 30% (trinta extenso por cento), a ser concedido ao ANUNCIANTE, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de Santa Catarina, referentes a peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- b) percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965;
- c) percentual de honorários superior a 8% (oito por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:
 - I. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;
 - II. à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
 - III. à reimpressão de peças publicitárias.

14.3 O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de, no mínimo, 90 (noventa) dias corridos, contados de sua apresentação.

14.3.1 Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 14.3 ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão Especial de Licitação realizará com ela diligência nos termos do §3º do art. 43 da Lei nº 8.666/1993, como forma de prorrogar o referido prazo.

14.3.1.1 A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros com as Propostas de Preços ou antes do encerramento do certame será desclassificada.

15 JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

15.1 As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

15.2 Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer condicionante para a entrega dos bens e serviços.

15.3 Será considerada a Proposta de menor preço a que obtiver a menor soma dos percentuais de honorários referentes às alíneas 'b', e 'c' e simultaneamente, apresentar o maior percentual de desconto referente à alínea 'a', todas do subitem 14.2 deste Edital.

15.4 Caso a mesma proposta não apresente as condições estabelecidas no subitem 15.3, será considerada a Proposta



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

de menor preço aquela que apresentar a menor soma dos percentuais de honorários referentes às alíneas 'b', 'c' e 'd'.

15.5 Se houver empate, será considerada como Proposta de menor preço a que apresentar, sucessivamente:

a) o menor percentual de honorários mencionados na alínea 'b' do subitem 14.2;

b) o menor percentual de honorários mencionados na alínea 'c' do subitem 14.2;

c) o maior percentual de desconto mencionado na alínea 'a' do subitem 14.2.

15.6 Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Especial de Licitação considerará o preço por extenso.

16 JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

16.1 O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 8.666/1993, para o tipo Melhor Técnica.

16.2 Se a licitante mais bem classificada não tiver apresentado a Proposta de menor preço e nem concordado em praticá-lo, nos termos da negociação prevista no inciso II, § 1º do art. 46 da Lei nº 8.666/93, a Comissão Especial de Licitação adotará negociação idêntica, sucessivamente, com as demais licitantes, observada a ordem de classificação, até a consecução de acordo para a contratação prevista no presente certame, observada a mesma previsão legal.

16.3 A licitante que não concordar em praticar a Proposta de menor preço perderá o direito à contratação, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização.

17 ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

17.1 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

17.1.1 A licitante classificada que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 19.1.2 deste Edital.

Invólucro nº 5

17.1.2 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 5
Documentos de Habilitação
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência nº 7/2022

17.1.3 O Invólucro nº 5 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

17.2 – FISCALIZAÇÃO CONTRATUAL: VALDELICE DA SILVA SIQUEIRA - ASSESSORA DE COMUNICAÇÃO

VALDELICE SIQUEIRA
Assessora de Comunicação



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

ANEXO VIII

CONCORRÊNCIA Nº. 7/2022 – MUNICÍPIO DE CAMBORIÚ

MODELO PARA FORMULAÇÃO DA PROPOSTA

Nome da Empresa		
CNPJ	Fone DDD	Fax com DDD
Endereço Completo		
Cidade	UF	CEP

Dados para crédito em conta por parte da Prefeitura Municipal de Camboriú, item 18 do Edital.

Banco	Agência	Conta Corrente

A presente proposta tem como objeto a **CONTRATAÇÃO DE EMPRESA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PROPAGANDA QUE SE COMPÕE DE PLANEJAMENTO, CRIAÇÃO, DISTRIBUIÇÃO, VEICULAÇÃO E CONTROLE DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS, PROMOÇÕES, MATERIAIS DE DIVULGAÇÃO, PRODUÇÃO GRÁFICA E ELETRÔNICA, PROJETOS PUBLICITÁRIOS, EVENTOS E OUTROS SERVIÇOS NECESSÁRIOS PARA AS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMBORIÚ REALIZADAS PELA ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO, DE ACORDO COM O BRIEFING 001/2022 E ESPECIFICAÇÕES CONSTANTES NO EDITAL**, tudo de acordo com as condições estabelecidas neste edital e seus anexos, de acordo com os itens abaixo discriminados, e demais especificações constantes deste edital da **CONCORRÊNCIA Nº. 7/2022**.

VALOR DA PROPOSTA: Conforme definido no item 7.1.1. do Edital:

TEM DO EDITAL	DESCRIÇÃO	Percentual de Desconto (%)
7.1.1.1.	Determinação do percentual de desconto a ser ofertado pela proponente sobre a "Tabela Referencial de Preços", publicada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Santa Catarina – SINAPRO (o qual não poderá ser superior a 30% [trinta por cento], sob pena de desclassificação).	

VALIDADE DA PROPOSTA: _____ (por extenso _____) dias (não podendo ser inferior a 60[sessenta] dias, a partir da abertura da presente licitação).

DECLARAÇÃO

Modelo de declaração a ser apresentada junto à proposta de preços:

DECLARAÇÃO

Declaramos que nos preço propostos estão inclusos os encargos sociais e trabalhistas, todos os equipamentos, instrumentos, ferramentas e máquinas, transporte, salários, carga tributária, alvará, custos dos serviços, as taxas municipais, estaduais e federais, as despesas indiretas, o lucro bruto da licitante e os demais custos mencionados nas especificações, necessários ao completo fornecimento dos serviços licitados.



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

Declaramos ainda que:

Concordamos expressamente que os preços não previstos na Tabela Referencial de Preços do SINAPRO serão pagos conforme estabelecido no subitem 7.3. do Edital;

Comprometemos-nos a transferir para a Prefeitura Municipal de Camboriú toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e fornecedores;

Comprometemos-nos a estabelecer negociação dos preços, com vistas à obtenção da máxima vantagem, a ser transferida para a Prefeitura Municipal de Camboriú;

Que concordamos integralmente com todos os termos do Edital de **CONCORRÊNCIA Nº. 7/2022 e seus ANEXOS**.

DECLARAÇÃO – DIREITOS AUTORAIS

Modelo de declaração a ser apresentada junto à proposta de preços:

DECLARAÇÃO

Em cumprimento ao disposto no item 7.1.1.4. do Processo Licitatório, Concorrência Pública nºXX/2022 declaramos que:

Para os **direitos da autoria intelectual** (criação, produção, direção, trilha sonora, arte- finalização e assemelhado), cederemos de forma definitiva à Prefeitura Municipal de Camboriú, os direitos patrimoniais de uso;

Faremos constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês inclusos.

_____, _____ de _____ de 2022.

(assinatura do representante legal da empresa e carimbo)



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

ANEXO IX

CONCORRÊNCIA Nº. 7/2022 – MUNICÍPIO DE CAMBORIÚ

TERMO DE CONFIDENCIALIDADE– SUBCOMISSÃO TÉCNICA

SUBCOMISSÃO TÉCNICA ORIENTAÇÕES GERAIS

Esta concorrência será processada e julgada por Comissão Especial de Licitação, na forma do art. 10 da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica constituída por 03 integrantes formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que atuem em uma dessas áreas. Todos os membros da Subcomissão Técnica participam de forma igualitária, com o mesmo poder de decisão e expressão, independente do cargo/função exercida no órgão contratante ou de origem. Todas as informações relativas às Propostas Técnicas e ao seu julgamento são de caráter estritamente sigiloso e não devem ser divulgadas pelos integrantes da Subcomissão Técnica, externamente ou internamente no órgão/entidade contratante ou de origem, antes da publicação na imprensa oficial do resultado do julgamento técnico, pela Comissão Especial de Licitação.

TERMO DE CONFIDENCIALIDADE

Eu,, Matrícula nº, vinculado(a) ao, integrante da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento técnico do presente processo de Concorrência realizado pelo(a), para a contratação de agências de propaganda e/ou publicidade para a prestação de serviços de publicidade e propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 8.666/1993, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade, com relação às Propostas Técnicas apresentadas pelas licitantes participantes do presente certame e às informações relacionadas ao seu julgamento e pontuações atribuídas aos quesitos analisados. Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei nº 12.813/2013 e da Lei nº 8.666/1993, a: I - NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiro, obtidas em razão das atividades exercidas nesta Subcomissão Técnica; II - NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento; III - NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Subcomissão Técnica que agora ocupo para a análise e julgamento das Propostas Técnicas da Concorrência em comento; IV - NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência; V - NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Subcomissão Técnica; VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Subcomissão Técnica. VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente ao qual estou vinculado, ou responsável pela presente contratação.

Camboriú, de de 2022.

Assinatura



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

ANEXO X

CONCORRÊNCIA Nº. 7/2022 – MUNICÍPIO DE CAMBORIÚ

MINUTA CONTRATUAL

CONTRATO Nº ____/2022 - CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, QUE ENTRE SI CELEBRAM A PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMBORIÚ E A EMPRESA..... MEDIANTE AS CLÁUSULAS E CONDIÇÕES SEGUINTE:

CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

1.1. Constitui o objeto do presente contrato a **CONTRATAÇÃO DE EMPRESA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PROPAGANDA QUE SE COMPÕE DE PLANEJAMENTO, CRIAÇÃO, DISTRIBUIÇÃO, VEICULAÇÃO E CONTROLE DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS, PROMOÇÕES, MATERIAIS DE DIVULGAÇÃO, PRODUÇÃO GRÁFICA E ELETRÔNICA, PROJETOS PUBLICITÁRIOS, EVENTOS E OUTROS SERVIÇOS NECESSÁRIOS PARA AS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMBORIÚ REALIZADAS PELA ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO, DE ACORDO COM O BRIEFING 001/2022 E ESPECIFICAÇÕES CONSTANTES NO EDITAL.**

1.2. As publicações de Editais, balanços, contratos, atas, erratas, bem como todas as demais publicações com características de atos oficiais, legais e afins, exigíveis por força da lei específica, terão sua veiculação contratada pela Prefeitura Municipal de Camboriú, isoladamente, junto a veículos de comunicação, sem a intermediação da agência Contratada, não sendo devidos à Contratada quaisquer honorários ou créditos pertinentes a estas publicações.

1.3. Fica ainda facultado à própria CONTRATANTE realizar ou contratar diretamente quaisquer dos serviços mencionados no item 1.1. utilizando-se para isso da sua própria estrutura e pessoal, para os quais não será devida qualquer remuneração à Agência contratada, nem mesmo qualquer percentual pela divulgação destes.

CLÁUSULA SEGUNDA – DOS DOCUMENTOS APLICÁVEIS/FORMA E REGIME DE EXECUÇÃO

2.1. Integra o presente Contrato e assim aplicáveis, os documentos abaixo relacionados, os quais as partes declaram ter pleno conhecimento de seus inteiros teores:

2.1.1. Instrumento Convocatório (Edital) CONCORRÊNCIA Nº. 7/2022;

2.1.2. Proposta da CONTRATADA apresentada à CONCORRÊNCIA Nº. 7/2022;

2.1.3. Projeto básico/Briefing.

2.2. Este Contrato firma-se em regime empreitada por preço global estimativo, sob a forma de execução indireta.

CLÁUSULA TERCEIRA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

3.1 Constituem obrigações da CONTRATADA, dentre outras inerentes ou decorrentes deste Contrato:

3.1.1. Executar todos os serviços constantes do objeto deste instrumento convocatório, na forma do Projeto Básico (Briefing), em anexo;

3.1.2 Fornecer, caso solicitado pela CONTRATANTE, no prazo de 5 (cinco) dias úteis do seu pedido, a Certidão Negativa de Débito - CND, emitida pelo INSS, ou Certificado de Regularização de Situação - CRS, junto ao FGTS, ou provas de quitação com as Fazendas Públicas Federal, Estadual ou Municipal, sob a pena de sustação de quaisquer créditos, até a efetiva comprovação da inexistência de débitos, e rescisão;

3.1.3. Envidar no sentido de obter, para a CONTRATANTE, as melhores condições de negócios junto aos veículos de divulgação e meios de comunicação com a comunidade, através de desconto de frequência, tabela, pacote, posicionamento, etc.;

3.1.4. Assessorar a CONTRATANTE, no sentido de obter o melhor rendimento possível do plano de propaganda e promoção;

3.1.5. Distribuir e fiscalizar a divulgação dos anúncios de que for incumbida;

3.1.6. Submeter previamente a CONTRATANTE, para aprovação, todo o preço de veiculação de publicidade que demandar criação e produção;

3.1.7. Submeter à aprovação prévia da CONTRATANTE, todo e qualquer custo que ultrapasse a uma margem de tolerância de 20% (vinte por cento) das campanhas aprovadas;



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

- 3.1.8. Apresentar, até o dia 15 (quinze) de cada mês, uma relação das despesas previamente aprovadas, correspondentes ao mês anterior, na qual serão incluídas as dos meses anteriores, até então não liquidadas;
- 3.1.9. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração do orçamento e listagem dos serviços executados por terceiros, e que venham a implicar em aumento das despesas ou perda dos descontos;
- 3.1.10. Guardar sigilo sobre todos os assuntos que, em decorrência dos serviços que deve executar, lhe forem confiados;
- 3.1.11. Efetuar, sempre, a cotação de preços para os serviços de terceiros, apresentando, no mínimo, 03 (três) propostas alternativas, indicando aquela mais adequada para a execução dos serviços a serem contratados ou justificando a impossibilidade de assim proceder.
- 3.1.11.1.A critério da CONTRATANTE, a mesma poderá apresentar outras cotações a serem incluídas junto às realizadas pela CONTRATADA, visando ampliar o número de propostas alternativas;
- 3.1.12. Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade e/ou direitos autorais, relacionados com os serviços objeto do presente contrato;
- 3.1.13. Operar como uma organização completa e independente, fornecendo serviços de comprovada qualidade e mão-de-obra necessária especializada;
- 3.1.14. Cumprir durante a execução dos serviços contratados, todas as Leis e posturas Federais, Estaduais e Municipais, pertinentes e vigentes, sendo a única responsável por prejuízos decorrentes a que houver dado causa;
- 3.1.15. 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;
- 3.1.16. Manter, por escrito, todos os entendimentos sobre os serviços com a CONTRATANTE, ressalvados os verbais determinados pela urgência, que deverão, todavia, ser confirmados por escrito, dentro de 24 (vinte e quatro) horas;
- 3.1.17. Responsabilizar-se integralmente pelos danos causados, direta ou indiretamente, à CONTRATANTE ou a terceiros, em decorrência da prestação dos serviços, objeto deste Contrato;
- 3.1.18. Utilizar as ideias concedidas em função deste compromisso e executá-las somente em propaganda autorizada pela CONTRATANTE;
- 3.1.19. Elaborar as mídias dos veículos de comunicação de acordo com as tabelas de preços vigentes, submetendo-se à devida aprovação;
- 3.1.20. Responsabilizar-se pelo pagamento dos serviços prestados por terceiros, não cabendo à CONTRATANTE qualquer obrigação sobre os pagamentos devidos pela CONTRATADA a terceiros;
- 3.1.21. Entregar os serviços solicitados, indicados na ordem de fornecimento (enviadas via e-mail, fac- simile ou expressa), ao fiscal designado pela Prefeitura Municipal de Camboriú.
- 3.1.22. Fornecer os materiais ou serviços, à medida da necessidade da CONTRATANTE, nos prazos estabelecidos, de acordo com a Ordem de fornecimento, enviada via fac-símile, e-mail ou protocolar, na Prefeitura Municipal de Camboriú;
- 3.1.23. Responsabilizar-se pelo cumprimento das normas, códigos de conduta e legislações em vigor;
- 3.1.24. Arcar todas as despesas referentes a custos com materiais, mão-de-obra e equipamentos necessários aos serviços;
- 3.1.25. Comunicar por escrito à CONTRATANTE, toda e qualquer anormalidade relacionada com os serviços, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas, contados da ocorrência.

CLÁUSULA QUARTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

- 4.1. Constituem obrigações da CONTRATANTE, dentre outras inerentes ou decorrentes deste Contrato:
- 4.1.1. Efetuar o pagamento;
- 4.1.2. Dar o recebimento dos serviços e materiais, mediante pessoa capacitada;
- 4.1.3. Prestar todos os esclarecimentos que se fizerem necessários, para a perfeita execução dos serviços;



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

4.1.4. Apresentar junto às cotações da CONTRATADA, conforme o subitem 3.1.11.1., outras cotações de sua livre escolha, visando ampliar o número de propostas alternativas e obter preços mais baixos.

CLÁUSULA QUINTA – DAS INCIDÊNCIAS FISCAIS E ENCARGOS

5.1. À CONTRATADA caberá, ainda:

5.1.1. Assumir a responsabilidade por todos os encargos previdenciários e obrigações sociais previstos na legislação social e trabalhista em vigor, obrigando-se a saldá-los na época própria.

5.1.2. Assumir a responsabilidade por todas as providências e obrigações estabelecidas na legislação específica de acidentes do trabalho, quando, em ocorrência da espécie, forem vítimas os seus empregados no desempenho dos serviços ou em conexão com eles, ainda que ocorrido em dependência da CONTRATANTE;

5.1.3. Assumir todos os encargos de possível demanda trabalhista, cível ou penal, relacionadas ao processo licitatório e/ou respectivo contrato; e

5.1.4. Assumir, ainda, a responsabilidade pelos encargos fiscais e comerciais resultantes da adjudicação da licitação origem ou contratação.

CLÁUSULA SEXTA – DOTAÇÃO/PROGRAMA DE TRABALHO/VERBA

6.1. A verba total destinada aos programas e às campanhas publicitárias, objeto deste Contrato, fica limitada ao valor de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais) por ano.

6.2. O valor contratado é meramente estimativo, não cabendo à CONTRATADA qualquer direito a integralização, pois, a CONTRATANTE, se reserva o direito de, a seu exclusivo critério, utilizar ou não a totalidade da verba prevista.

6.3. Os recursos para execução do contrato estão assegurados e previstos no orçamento da dotação de 2022 da Prefeitura Municipal de Camboriú.

CLÁUSULA SÉTIMA – DAS CONDIÇÕES DA REMUNERAÇÃO E PRAZOS DE PAGAMENTO

7.1. A remuneração da agência contratada far-se-á de acordo com o que dispõe a Lei nº. 4.680, de junho de 1965, e demais diplomas legais em vigor, observando-se os parâmetros seguintes:

7.1.1. Custos Internos (criação): calculado com base e no limite dos preços dos serviços previstos na Tabela Referencial de Preços do SINAPRO/SC, considerando o desconto de % (por cento) ofertado pela CONTRATADA.

7.1.2 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.

7.1.3 Veiculação: Honorários de 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.

7.2. Os layouts reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA. Serão pagos, ainda, layouts solicitados e aprovados e que venham a ser cancelados durante o processo de produção e/ou veiculação.

7.3. Quaisquer descontos especiais resultantes de negociações, além dos descontos normais previstos em tabela que venham a ser concedidos pelos veículos ou fornecedores, serão integralmente transferidos para a CONTRATANTE.

7.4. Os pagamentos das parcelas relativas à veiculação e produção de terceiros, serão feitos no décimo dia útil após a apresentação da nota fiscal à Prefeitura Municipal de Camboriú, confirmando e discriminando os serviços prestados.

7.5. Os pagamentos relativos a produção interna serão feitos 20 (vinte) dias após a prestação de serviços ou do protocolo da fatura correspondente, ou o que ocorrer por último.

7.6. A comissão sobre veiculação, conforme subitem 7.1.3., será de exclusiva obrigação dos veículos de comunicação, que deverá ser paga mediante a apresentação do faturamento correspondente, que deverão acompanhar os seguintes documentos:

- a) Fatura dos veículos de comunicação em nome da Prefeitura Municipal de Camboriú, constando o valor líquido, ou seja, deduzido da comissão da agência;
- b) Tabelas de preços dos veículos de comunicação;
- c) Comprovante de exibição de emissora;



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

- d) Páginas inteiras, originais dos jornais, exemplares das revistas com a devida publicação e data.
- 7.7. Os custos próprios de criação, outros serviços, bem como a comissão de produção de agência, serão pagos, mediante apresentação do faturamento correspondente, em nome da licitante vencedora, acompanhado dos respectivos comprovantes (notas fiscais, faturas, recibos, etc.).
- 7.8. Os documentos de cobrança (notas fiscais, faturas), deverão conter:
- a) número do contrato;
 - b) local dos serviços;
 - c) item contratual das condições de pagamento a que se refere o documento de cobrança;
 - d) data do vencimento;
 - e) descrição detalhada dos serviços executados;
 - f) classificação do tipo de pagamento (básico, reajuste eventual ou imposto);
 - g) forma de pagamento: carteira/documento de crédito/depósito bancário/cobrança bancária/outros.
- 7.9. As compensações financeiras contratuais, por eventuais atrasos nos pagamentos, poderão ser aplicadas, desde que a lei Federal permita.
- 7.10. No caso de documentos de cobrança emitidos com valor a maior, admite-se a correção destes mediante retificação formal em 02 (duas) vias, condicionando a liberação do pagamento dos documentos de cobrança ao cumprimento desta exigência.
- 7.11. No caso de protesto indevido, decorrente do não cumprimento das Cláusulas contratuais, de título de cobrança bancária ou negociado com terceiros, sujeitará o fornecedor a arcar com as respectivas custas cartorárias e honorários advocatícios, mesmo que o protesto tenha sido involuntário.
- 7.12. As eventuais despesas bancárias, processuais e outras decorrentes da não observância do prazo de pagamento pactuado em contrato, serão de exclusiva responsabilidade da CONTRATADA.
- 7.13. A CONTRATANTE, a fim de compensar obrigações não cumpridas pela CONTRATADA, se reserva o direito de reter na devida proporção da obrigação vencida e pendente de cumprimento, os créditos porventura existentes em favor da CONTRATADA, inclusive para atender ao disposto no item anterior, bem como aos danos diretos causados pela CONTRATADA à CONTRATANTE.
- 7.14. Os documentos de cobrança somente poderão ser apresentados após a data prevista para o cumprimento do evento, vinculado às condições de pagamento do contrato e efetiva conclusão da etapa a que corresponder o pagamento.
- 7.15. Eventual antecipação do cumprimento dos eventos previstos no Contrato poderá ensejar antecipação de pagamento, a critério exclusivo da CONTRATANTE.
- 7.16. A não antecipação do pagamento por parte da CONTRATANTE, não ensejará pagamento de quaisquer multas.
- 7.17. Não serão pagos juros ou outros acréscimos sobre os créditos retidos.
- 7.18. Caso ocorra atraso na apresentação dos documentos de cobrança, o prazo de pagamento será ampliado em igual número de dias de atraso, sem que caiba qualquer reajuste adicional.
- 7.19. Havendo erro no documento de cobrança ou recusa na aceitação dos serviços, pela CONTRATANTE, o mesmo será devolvido e o pagamento será susado para que a CONTRATADA tome as providências necessárias, passando o prazo para o pagamento a ser contado da data de protocolo da reapresentação.
- 7.19.1. Em caso de devolução do documento de cobrança, esta deverá ser realizada dentro do prazo de até 20 (vinte) dias, contados da data de sua entrega à CONTRATANTE.
- 7.19.2. Ultrapassando o prazo estabelecido no item anterior, o prazo para processamento e o pagamento do documento de cobrança reapresentado, será deduzido de igual número de dias do período que exceder 20 (vinte) dias.
- 7.19.3. Ocorrendo devolução do documento de cobrança, a CONTRATADA será oficiada sobre as razões da devolução.



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

7.20. Nenhum pagamento isentará a CONTRATADA das responsabilidades do Contrato, nem implicará em aprovação definitiva dos serviços executados, total ou parcialmente.

7.21. O não atendimento de qualquer cláusula destas condições gerais facultará à CONTRATANTE suspender o pagamento do documento de cobrança correspondente, até que seja cumprida pela CONTRATADA a cláusula infringida, não se responsabilizando a CONTRATANTE, pelo atraso decorrente.

7.22. Entre a data efetiva de cumprimento do evento e seu pagamento, deverão decorrer 20 (vinte) dias para produção interna, e 10 (dez) dias úteis para veiculação e produção de terceiros, contados da entrega dos documentos de cobrança, estes que deverão ser protocolados a contratante em até 5 (cinco) dias após a conclusão do evento.

7.23. O reajustamento de preço poderá ser feito após 12 (doze) meses contados da data da assinatura do presente Contrato, pelo índice IPCA no período ou outro índice que vier a substituí-lo oficialmente.

CLÁUSULA OITAVA – DA ACEITAÇÃO E ACOMPANHAMENTO

8.1. A fiscalização dos serviços contratados será exercida pela CONTRATANTE através da fiscal designada: VALDELICE DA SILVA SIQUEIRA

8.2. A CONTRATANTE fiscalizará e inspecionará os serviços e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando estes não obedecerem ou não atenderem ao desejado ou especificado.

8.3. A não aceitação de algum serviço, no todo ou parte, não implicará na dilatação do prazo de execução, salvo expressa concordância da CONTRATANTE neste sentido.

8.4. A fiscalização terá poderes, entre outros, para notificar a CONTRATADA, por escrito, sobre as irregularidades ou falhas que porventura venham a ser encontrados no decorrer da execução de qualquer serviço, podendo exigir a correção que julgar necessária, sem aumento de despesas para a CONTRATANTE.

8.4.1. A ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE, referente à irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas no Contrato e seus anexos.

8.5. Correrão por conta da CONTRATADA todas as despesas e custos decorrentes da não aceitação de quaisquer serviços, no todo ou em parte.

8.6. A fiscalização dos trabalhos, por parte da CONTRATANTE, não desobriga a CONTRATADA de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

CLÁUSULA NONA – DOS PRAZOS

9.1. O presente Contrato vigorará por 12 (doze) meses a partir da data da assinatura do contrato, podendo ser alterado e prorrogado, nos limites do art. 57 da Lei 8.666/93.

9.2. Contados da data do recebimento da Ordem de Fornecimento da CONTRATANTE, ficarão assim distribuídos:

- a) 10 (dez) dias para entrega da Criação;
- b) 5 (cinco) dias para entrega da Produção;
- c) 2 (dois) dias para entrega da Veiculação;
- d) 15 (quinze) dias para planejamento;
- e) 6 (seis) para outros serviços.

9.3. Após conferidos os serviços pela Prefeitura Municipal de Camboriú, os prazos e condições de pagamento serão:

9.3.1. Produção interna, em até 20 (vinte) dias, contados da entrega da fatura; e

9.3.2. Veiculação e produção de terceiros, 10 (dez) dias úteis, contados da entrega da fatura.

9.4. No ato do recebimento da remuneração, referente aos serviços que tenham sido prestados neste Município, a CONTRATADA deverá, obrigatoriamente, recolher a parcela relativa ao ISS – Imposto Sobre Serviço.

CLAUSULA DÉCIMA – DOS CASOS DE RESCISÃO, PENALIDADES E SANÇÕES



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

10.1. A inexecução total ou parcial do contrato, terá procedimentos e consequências, na forma estabelecida na Seção V - Da Inexecução e da Rescisão dos Contratos - Capítulo III, da Lei n.º 8.666/93.

10.2. O presente contrato poderá sofrer alterações na forma estabelecida na Seção III - Da Alteração dos Contratos - Capítulo III, da Lei n.º 8.666/93.

10.3. O atraso injustificado na execução do contrato, assim como a sua inexecução total ou parcial, sujeitará a CONTRATADA às sanções administrativas na forma prevista na Seção II - Das Sanções Administrativas - Capítulo IV, da Lei n.º 8.666/93, ficando desde já estabelecidas as multas previstas no Convite.

10.4. O Município poderá aplicar à Contratada, ainda, as seguintes penalidades previstas no artigo 87 da Lei n.º 8.666/1993, em caso de inexecução total ou parcial do objeto ou contrato:

10.4.1. Advertência;

10.4.2. Multa de 0,5 % (cinco décimos por cento) do valor da proposta, para cada dia ou fração de atraso do fornecimento do objeto licitado;

10.4.3. Multa de 10% (dez por cento) do valor remanescente em caso de desistência do fornecimento ou execução;

10.4.4. Em prejuízo das sanções previstas no Art. 87, da Lei n.º 8.666/93, o licitante adjudicatário ficará sujeito às seguintes penalidades:

10.5.1. 10% (dez por cento) do valor do contrato atualizado pela prestação de serviços desconforme com o especificado e aceito;

10.5.2. 1,0 % (um por cento) do valor do contrato atualizado pela não substituição dos produtos/serviços recusados por este Município, no prazo estipulado, até o limite de 10% (dez por cento);

10.5.3. 0,33% por dia, sobre o valor total da proposta limitado a 10% do valor contratual atualizado, pelo descumprimento dos prazos e condições previstos no Convite e neste Contrato;

10.5.4. Sem prejuízo das sanções disposta nos itens anteriores desta mesma cláusula, a recusa, injustificada ou cuja justificativa não seja aceita pelo Município, em retirar a Autorização de Fornecimento/Nota de Empenho de Despesa será interpretada como ruptura de contrato e sujeitará a empresa adjudicada ao pagamento de multa no valor de 10% (dez por cento) sobre o valor da proposta da licitante vencedora.

10.5.5. A multa poderá ser aplicada cumulativamente com as demais sanções, não terá caráter compensatório e a sua cobrança não isentará a obrigação de indenizar eventuais perdas e danos.

As multas referidas nesta cláusula serão deduzidas pelo Município por ocasião do pagamento da nota fiscal respectiva.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

11.1. No relacionamento entre as partes, serão observadas, ainda, as seguintes condições:

11.1.1. Os entendimentos efetuados serão documentados através de relatórios de visita, que relacionará as solicitações da CONTRATANTE, as indicações da CONTRATADA, os serviços apresentados, alterações, modificações eventuais, aprovação de trabalhos apresentados, bem como citação dos respectivos orçamentos, os quais deverão ser, no mínimo, em número de 03 (três).

11.1.2. Toda veiculação aprovada pela CONTRATANTE e autorizada pela CONTRATADA somente poderá ser cancelada de comum acordo com o veículo e atendidas as normas deste.

11.1.3. Os descontos especiais de negociação, além dos descontos normais previstos em tabela, que venham a ser concedidos por terceiros, ou pelo veículo de divulgação, serão integralmente transferidos à CONTRATANTE.

11.2. As peças criadas pela CONTRATADA poderão ser, a critério da CONTRATANTE, reutilizadas, não cabendo, no caso, nenhum acréscimo ou pagamento adicional, à CONTRATADA, exceto no que tange a direitos de terceiros relativos a essas peças, cujas obrigações a CONTRATANTE assumirá total responsabilidade.

11.3. O material e as ideias utilizadas na publicidade da Prefeitura Municipal de Camboriú, bem como os direitos autorais patrimoniais relativos, aqui compreendidos o de usar e dispor desses, pertencerão exclusivamente à Prefeitura Municipal de Camboriú, independentemente de qualquer remuneração especial ou adicional, valendo a presente cláusula como cessão definitiva desses direitos, vedada sua reprodução ou imitação, pela CONTRATADA, quer durante a vigência deste contrato, quer após o seu término.



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

11.4. Não valerá como precedente, novação ou renúncia dos direitos assegurados à CONTRATANTE pela Lei ou pelo presente Contrato, a tolerância quanto a eventuais descumprimentos ou infrações da CONTRATADA relativa às condições ora estabelecidas.

11.5. Os casos e situações omissos serão resolvidos de comum acordo, respeitadas as disposições da Lei 8.666/93 e demais alterações posteriores.

11.6. As partes contratantes sujeitam-se às normas da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, republicada com a redação introduzida pelas leis que a alteraram; a Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010; à CONCORRÊNCIA Nº. 7/2022 e às cláusulas deste Contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DO FORO

12.1. Fica eleito o foro de Camboriú - SC, para dirimir quaisquer dúvidas ou litígios decorrentes da execução do presente contrato, com expressa renúncia de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E, por estarem justos e contratados, as partes assinam o presente instrumento, em 03 (três) vias de igual teor e forma, para que possa produzir os devidos efeitos legais.

Camboriú, XX de XXXXXX de 2022.

ELCIO ROGERIO KUHNEN
PREFEITO MUNICIPAL

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
CONTRATADA

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
ASSESSORA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

ANEXO XI

CONCORRÊNCIA Nº. 7/2022 – MUNICÍPIO DE CAMBORIÚ

TERMO DE ESCLARECIMENTOS

Seguem abaixo respostas (R) para possíveis questionamentos (Q):

Q1) Entendemos que os itens 6.1.1.2 Estratégia de Comunicação – 6.1.1.3 Ideia Criativa - 6.1.1.4 Estratégia de Mídia estão restritas ao número máximo de 6 peças – sendo 3 mídia e 3 não-mídia, tomando assim a campanha a ser apresentada limitada totalmente ao número máximo de 6 peças tanto no layout, quanto na descrição e também em custos das tabelas de mídias a serem apresentadas. Este entendimento está correto?

R1) Sim, o entendimento está correto.

Q2) Para a elaboração do item 6.1.2 a dúvida é se a agência pode propor em seu plano de mídia mais do que 6 peças criativas que foram desenvolvidas conforme permitido no item 6.1.1.4.

R2) Não. O limite de peças é de 06, 03 de mídia e 03 de não-mídia.

Q3) Conforme pede no item 6.1 as margens do canto superior direito devem ter as medidas consideradas a partir do conteúdo da proposta técnica, ou da numeração da página? Caso seja do conteúdo a numeração segue o padrão de ser no canto superior direito porém sem uma medida exata da margem a ser aplicada?

R3) Deverá ser numerada em ordem sequencial, sendo que a localização da numeração não interferirá no julgamento das propostas.

Q4) No item 6.1.1.4 é permitido ter variação de mesmas peças sem que conte na quantidade de peças limite. Ex: Se foi criado um outdoor pode ter um outro layout com alguma variação? Se tiver uma variação no seu layout (como uma cor diferente, ou aplique diferente) será contado como mais uma peça de mídia? Neste caso ao invés de 1 outdoor seriam 2 outdoors ou a variação não conta e poderia ter 1 outdoor com 2 layouts diferentes, 1 VT e 1 Anúncio? Esse exemplo seria considerado 3 peças de mídia somente com uma variação de layout ou será considerado como 4 peças de mídia e extrapolaria o limite estabelecido?

R4) Não, não é permitida a variação de peças.

Q5) No item 6.1.1.4 pede que seja apresentado no máximo 6 peças do plano de mídia, três por tipo de mídia e três por tipo de não-mídia. Pergunta-se, encarte em uma revista ou jornal será considerado como mídia ou não-mídia?

R5) Mídia.

Q6) Continuando no mesmo item 6.1.1.4 que limita a apresentação de peças no máximo 6 peças do plano de mídia, três por tipo de mídia e três por tipo de não-mídia. Refere-se que é obrigatório apresentar 3 peças para mídia e 3 peças para não mídia “distintas” ou quando fala 3 peças por tipo de mídia ou não-mídia significa que se for criado VT não pode ter mais de 3 layouts de VT diferentes? Seria 3 layouts para o mesmo tipo de peças ex: 3 VTs ou 3 layouts para qualquer tipo de mídia e 3 layouts para qualquer tipo de não mídia Ex: 1 outdoor, 1 Anúncio e 1 VT?

R6) Distintas.

Q7) Todo o conteúdo deverá ser condensado à página para que nenhuma linha fique em branco ou podemos pular para outra página, quando houver término do item anterior. Ex: terminou Raciocínio Básico no meio da página, pulamos para outra página para começar Estratégia de Comunicação ou deve já começar na mesma página, na sequência?

R7) Poderá seguir na mesma folha.

Q8) Isso também equivale para o envelope nº 02, que tem repertório (com inclusão de peças) e relatos de solução de problemas de comunicação, na qual deve ir assinatura do cliente. Podemos terminar o repertório e começar o relato em outra página? Pode se colocar uma peça do repertório em cada página? Além disso, no relato, pode deixar espaço entre linhas para que o cliente possa assinar?



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

R8) Sim, desde que observada a quantidade de páginas e características exigidas no edital.

Q9) Quanto a Ideia Criativa e Estratégia de Mídia, podemos colocar os anexos: layouts e anexos de mídia, em formato paisagem para melhor aproveitamento do papel e leitura? É necessário respeitar as características do item 6.1 ou podemos utilizar o melhor aproveitamento da página? Lembrando que ser colocarmos uma tabela ou layout por página já teremos 'linhas em branco'.

R9) Sim, pode-se usar o modo paisagem.

Q10) Para estes mesmos itens, da pergunta anterior, podemos colocar título antes de cada anexo?

R10) Sim.

Q11) Na simulação de Campanha Publicitária, na página, deve conter apenas a tabela ou temos que deixar os dizeres "Proposta Técnica, Anexo, Plano de Comunicação Publicitária"?

R11) Isso não interferirá no julgamento das propostas.

Q12) Já que a tabela não pode ser alterada, a mesma será fornecida pela Prefeitura de Camboriú? Pois não há como manter as mesmas proporções do que está no edital apenas seguindo as características do item 6.1, terão diferenças, principalmente no tamanho das tabelas, entre uma licitante e outra.

R12) A estrutura da tabela já consta no edital. Cada empresa elaborará a sua, e as eventuais diferenças de proporções não interferirão no julgamento das propostas.

Q13) A tabela de preços vigente deve ser referente a março ou maio? Em maio os veículos atualizam suas tabelas, considerando que ambos estão no primeiro semestre, como devemos proceder?

R13) Os valores devem ser usados do primeiro semestre, não interferindo no julgamento das propostas se são de março ou maio.

Q14) No envelope nº 02 deve ter etiqueta no invólucro? E na parte interna deve ser em papel timbrado?

R14) Sim, deve ter etiqueta. E sim, pode ter papel timbrado.

Q15) Se for optado pela criação de slogan para utilização em todas as peças da campanha, o custo interno poderá ser inserido no meio "Outros" na tabela de simulação de campanha publicitária?

R15) Sugerimos que não seja mensurada a cobrança de criação de slogan.

Q16) Referente o item 6.1.1.4.3 pedimos uma lista com exemplos do que serão considerados não-mídia para não haver interpretações divergentes.

R16) Ficará a critério da criatividade da empresa, apresentar e sugerir peças de *não-mídia*, não cabendo a comissão sugerir ou indicar exemplos.

Q17) São 6 layouts no total que podemos mostrar, o resto é só descrever, ou são 3 por categoria (mídia/não-mídia), sem limite total como antes?

R17) Sim. O total de peças que poderá ser apresenta é de 06 (seis), sendo 03 (três) de mídia e 03 (três) de não-mídia.

Q18) Na Ideia Criativa, o limite de peças é 3 de mídia e 3 de não mídia? Ou podem ser até 3 por tipo de mídia – por exemplo 3 anúncios de jornal, mais 3 materiais de rádio e mais 3 banners de internet?

R18) O número de peças não poderá ser superior a 06 (seis), sendo 03 (três) para mídia e 03 (três) para não-mídia.

Q19) Na Estratégia de Mídia, o limite de peças é 3 de mídia e 3 de não mídia? Ou podem ser até 3 por tipo de mídia – por exemplo 3 anúncios de jornal, mais 3 materiais de rádio e mais 3 banners de internet? É possível considerar peças de Estratégia de Mídia que não tenham sido corporificadas na Ideia Criativa?



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

R19) O número de peças não poderá ser superior a 06 (seis), sendo 03 (três) para mídia e 03 (três) para não-mídia. Entendemos que deve haver relação da "Idéia Criativa" com "Estratégia de Mídia" durante a elaboração dos layouts.

Q20) É possível utilizar folha A3 dobrada nos anexos?

R20) Somente é permitido utilizar folhas A4 com as respectivas características contidas no item 6.1.

Q21) Se não é possível alterar a tabela quanto a sua estrutura e nomenclatura, todos os custos de veiculação devem ser somados e lançados no item Total dos Custos de Veiculação? Se nenhum item pode ser incluído, eventuais meios que vierem a ser propostos devem ser somados e lançados no item "Outros"?

R21) A tabela, conforme já relatado, não poderá ser alterada. A soma total dos custos de veiculação deverá constar no lugar estipulado. Sim, os eventuais meios que vierem a ser propostos devem ser somados e lançados no item "Outros".

Q22) No início do item está posto que o texto deve ser acompanhado da reprodução de até 03 peças, ao passo que no final é dito que não é permitida a inclusão de exemplo de peças. Pode-se afinal apresentar 03 peças? As peças a serem apresentadas possuem alguma limitação de formato? São somente peças gráficas, já que materiais de áudio e vídeo não são permitidos?

R22) Já respondido no primeiro termo de esclarecimentos.

Q23) O relato de soluções de problemas de comunicação, previsto no item 6.1.6.2, pode ser ilustrado com exemplos de peças que fizeram parte do case? Em caso afirmativo, quais são as especificações? Tais peças apresentadas fazem parte do limite de 03 páginas, ou podem ser tratadas como anexos?

R23) Não. Somente o relato do cliente, sem peças.

Q24) O envelope nº 01 deve ser entregue aberto?

R24) Conforme especificado no Edital, item 6.1.1, o envelope deverá ser entregue lacrado com cola.

Q25) Pode-se grifar ou sublinhar palavras?

R25) Não. Conforme especificado no Edital, item 6.1, não poderá ser utilizada nenhuma formatação de negrito, itálico ou sublinhado.

Q26) Estamos limitados à criação de 06 peças para desenvolver a ideia criativa? Ou 06 peças são a limitação para a apresentação de layout?

R26) O limite é de 06 (seis) peças, conforme especificado no Edital, item 6.1.1.4

Q27) O quadro de resumo deverá vir logo após a estratégia de mídia? Ou o quadro de resumo é considerado um anexo e deverá vir ao final da proposta?

R27) Será considerado como anexo, como especificado no item 6.1.14.

Q28) O item 6.1 descreve que o plano de comunicação deverá ser grampeado no canto superior esquerdo, e o item 6.15 diz que deverá ter encadernação em espiral preto. Qual o correto?

R28) Por uma informação dúbia no edital, fica esclarecido que a proposta deverá ser encadernada em espiral preto.

Q29) Como o case deverá ser identificado, deverá ser em papel timbrado. Ocorre que nosso timbre ocupa boa parte das margens esquerda e direita, não cabendo assim as características do item 6.1; o case pode ter características habituais, haja vista a impossibilidade de conter as referidas características?

R29) Sim, o case pode ter as características habituais da empresa.

Q30) Será necessária a retirada de um novo envelope padronizado para a via não identificada para as empresas licitantes que já retiraram o envelope na primeira versão do edital?

R30) Não. O envelope já retirado poderá ser utilizado.



SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

Q31) Como as indicações descritas na cláusula 5.1 devem ser dispostas? A comissão irá estabelecer um formato para que todas as empresas licitantes mantenham o padrão? A frase “invólucro padronizado que será fornecido pela Prefeitura Municipal de Camboriú” deverá constar neste descritivo do envelope?

R31) O envelope padronizado não poderá conter nenhuma etiqueta, impressão ou identificação do processo licitatório. O envelope deverá ser entregue exatamente como foi retirado, sem nada escrito, apenas com o carimbo da Prefeitura Municipal de Camboriú já existente.

Q32) Os documentos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária deverão ser grampeados no canto superior esquerdo ou encadernado com espiral preto ou transparente?

R32) A proposta deverá ser encadernada em espiral preto.

Q33) Será necessário apresentar o título acima do quadro denominado “6.12 Simulação de Campanha Publicitária” ou apenas preencher a tabela com os números e dispor na página conforme formatação dos parágrafos?

R33) Não será necessário apresentar o título.

Q34) No repertório é permitido ou não a inclusão de no máximo 3 exemplos de peças?

R34) Sim, 3 peças. Por uma informação dúbia no edital, fica esclarecido que não são permitidas peças **eletrônicas**, como CD's, DVS's, Pendrive ou qualquer outra mídia digital.

Q35) Qual a expectativa da Comissão perante o conteúdo do repertório? Ele deve ser sucinto e apenas apresentar o problema de comunicação e a peça com sua respectiva ficha técnica ou deve detalhar as estratégias utilizadas com a apresentação dos resultados (como é feito para os Relatos de Solução dos Problemas de Comunicação)?

R35) Analisar a capacidade de desempenho da licitante perante a cliente do setor público/privado na elaboração de peças publicitárias. A forma de apresentação deverá ser sucinta.