



ESTADO DE SANTA CATARINA
MUNICÍPIO DE MARACAJÁ/SC
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 38/2023
TOMADA DE PREÇOS Nº 38/2023

O MUNICÍPIO DE MARACAJÁ, torna público que, em conformidade com o que preceitua a Lei Nº. 12.232, de 29/04/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis Nº. 4.680, de 18.06.65, e Nº. 8.666, de 21.06.93, Decreto Nº. 6.555, Decreto Federal Nº. 57.690/66, alterado pelo Decreto Nº. 4.563/2002, Decreto Nº. 3.722/2001, Instruções Normativas SLTI/MP, Nº. 02, de 11/10/2010, Código de ética dos Profissionais de Propaganda: NORMAS - PADRÃO – CENP e, no que couber a Lei Complementar Nº. 123 de 14 de dezembro de 2006, fará realizar na sede da Municipalidade, sito na Avenida Getúlio Vargas, 530, Bairro Centro, Maracajá - SC, na sala de reuniões do Setor de Licitações, sob a coordenação da Comissão Especial de Licitações, a licitação na modalidade de Tomada de Preços, do tipo **"MELHOR TÉCNICA"**, para contratação de agência de propaganda e/ou publicidade para prestação de serviços de publicidade e propaganda, conforme descrito neste edital e em seus anexos.

Os envelopes deverão ser protocolados até às **14h00min do dia 10 de Agosto de 2023**, no Setor de Licitações desta Prefeitura, sito Avenida Getúlio Vargas, 530, Centro, do Município de Maracajá/SC. A realização da 1ª. Sessão Pública da licitação ocorrerá às **14h30min do dia 10 de Agosto de 2023**, sala de reuniões do Setor de Licitações. As demais sessões públicas serão definidas de acordo com a tramitação do processo licitatório.

As Propostas Técnicas serão abertas, após **15 (quinze) minutos** do horário fixado para o seu recebimento, obedecidos os trâmites do procedimento licitatório contemplados na Lei 12.232/2010 e neste Edital.

Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei Nº. 12.232, de 29/04/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis Nº. 4.680, de 18.06.65, e Nº. 8.666, de 21.06.93.

Aplicam-se também a esta Tomada de Preços o Decreto Nº. 6.555, o Decreto Federal Nº. 57.690/66, alterado pelo Decreto Nº. 4.563/2002, o Decreto Nº. 3.722/2001, as Instruções Normativas SLTI/MP Nº. 02, de 11/10/2010, Código de ética dos Profissionais de Propaganda: NORMAS-PADRÃO – CENP e, no que couber a Lei Complementar Nº. 123 de 14 de dezembro de 2006, e disposições deste Edital.

Para a prestação dos serviços será contratada 01 (uma) agência de propaganda, doravante denominadas agência, licitante ou contratada.

Os serviços publicitários objeto da presente Tomada de Preços apenas serão contratados junto a Agência de Propaganda que detenham o **Certificado de Qualificação Técnica emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, de conformidade com o que determina Artº. 4º, § 1º, da Lei 12.232/10.**

1- OBJETO DA LICITAÇÃO

1.1. A presente licitação tem por objeto a contratação de agência de propaganda e/ou publicidade para prestação de serviços de publicidade e propaganda, de acordo com o art. 2º., da Lei 12.232/2010, assim definidos:

a) o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a difusão de idéias ou informar o público em geral;

b) o planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, tendo como finalidade específica a aferição do desenvolvimento estratégico, da criação e da veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato, sendo vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade;



- c) a produção e a execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- d) a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

2.2. Os serviços objeto da presente licitação serão prestados ao **Município de Maracajá**, incluindo nesta todos os departamentos da administração direta e indireta, seus fundos e autarquias.

2- CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

2.1. Será admitida a participar deste Edital, **qualquer empresa com ramo de atividade compatível com o objeto desta Licitação**, DESDE QUE ESTEJA DEVIDAMENTE CADASTRADA no cadastro de fornecedores da Prefeitura Municipal de Maracajá, **ate 03 (três) dias antes da licitação, de acordo com o §2º do art. 22 da 8.666/93**, não sendo admitido consórcio, sendo a licitante a ser contratada, a única responsável pela execução dos serviços;

2.2. Não poderá participar desta Tomada de Preços a agência de propaganda:

- a) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com o Município de Maracajá;
- b) cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de recuperação extrajudicial ou judicial, ou em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
- c) que tenha sido considerada como inidônea, por órgão, entidade ou sociedade integrante da Administração Pública, direta e indireta, Federal, Estadual ou Municipal;
- d) estrangeira que não funcione no País;
- e) que estiver reunida em consórcio;
- f) cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou estejam lotados no Município de Maracajá.

g) cujo Invólucro N.º. 1:

g.1. Apresente em sua parte externa a identificação da licitante ou marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro N.º. 2;

g.2. Esteja danificado ou deformado pelas peças, material ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro N.º. 2;

2.3. Nenhuma licitante poderá participar desta Tomada de Preços com mais de uma Proposta.

2.4. A participação na presente Tomada de Preços implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão Especial de Licitação o invólucro padronizado previsto no subitem **3.1.1.1.5.**, deste Edital e as informações necessárias ao cumprimento desta Tomada de Preços; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

2.5. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas e Documentos de Habilitação exigidos nesta Tomada de Preços, ressalvado que o Município de Maracajá não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

3 - APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS

3.1. As Propostas Técnicas deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação em envelopes distintos e separados, todos fechados, os quais deverão ser identificados com as informações abaixo previstas:

3.1.1. A Proposta Técnica deverá ser acondicionada em 03 (três) envelopes distintos, a saber:

a) Plano de Comunicação Publicitária - Via não Identificada: envelope N.º. 1, fornecido pela Comissão Especial de Licitação, do Município de Maracajá;

b) Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada: envelope N.º. 2;



c) Demais informações integrantes da Proposta Técnica: envelope Nº. 3.

ENVELOPE PADRONIZADO Nº. 1

3.1.1.1. O ENVELOPE PADRONIZADO Nº. 1, PROPOSTA TÉCNICA: Plano de Comunicação Publicitária (VIA NÃO IDENTIFICADA) deverá conter: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Idéia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia. Não poderá ter nenhuma identificação na parte externa, para preservar o sigilo quanto à autoria do **Plano de Comunicação Publicitária**, até a abertura do envelope Nº. 2.

3.1.1.1.1. A Comissão Especial de Licitação só aceitará o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada** que estiver acondicionado no envelope Nº. 1 fornecido obrigatoriamente pelo Município de Maracajá, a pedido da licitante interessada na presente licitação.

3.1.1.1.2. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, deverá ser redigida em língua portuguesa, exceção feita a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, e ser elaborado da seguinte forma:

- em papel A4, branco;
- com espaçamento de 2cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- com textos justificados;
- com espaçamento de 1,5 entre as linhas;
- com texto em fonte "arial", tamanho 12 pontos;
- com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- em caderno único;
- * espiral na cor preta
- sem identificação da licitante.

3.1.1.1.2.1. As especificações do subitem **3.1.1.1.2** aplicam-se, no que couber, ao subquesto **"Idéia Criativa"**.

3.1.1.1.2.2. As tabelas, gráficos e planilhas do subquesto **"Estratégia de Mídia e Não Mídia"** poderão ter fontes tipográficas habitualmente utilizadas nesses documentos.

3.1.1.1.3. O **Plano de Comunicação Publicitária – Via não Identificada**, não poderá conter informação, marca sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que permita a identificação de sua autoria.

3.1.1.1.4. Os exemplos de peças que integram a **"Idéia Criativa"**, sem nenhuma identificação de sua autoria, devem ter formatos compatíveis com suas características e adequar-se ao tamanho do envelope Nº. 1.

3.1.1.1.5. O **envelope padronizado Nº. 1**, deverá ser retirado pela interessada, no horário compreendido entre 08h00min às 12h00min e das 13h00min às 17h00min no endereço Avenida Getúlio Vargas, 530, Bairro 2Centro, Maracajá - SC (Setor de Licitações).

3.1.1.1.5.1. O envelope padronizado Nº. 1, só será entregue à agência que o solicite formalmente.

3.1.1.1.6. O **envelope padronizado Nº. 1**, deverá estar **fechado com cola branca e sem rubrica**.



3.1.2. O Plano de Comunicação Publicitária, Via Identificada, deverá ser apresentado no **Envelope Nº. 2**, assim identificado, mediante aposição de etiqueta:

ENVELOPE Nº. 02 - PROPOSTA TÉCNICA
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA
RACIOCÍNIO BÁSICO, ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA E ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA
TOMADA DE PREÇOS Nº. 38/2023
MUNICÍPIO DE MARACAJA
LICITANTE: _____
CNPJ: _____

3.1.2.1. O envelope Nº. 2 será 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 a sua abertura.

3.1.2.1.1. O **Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**, sem os exemplos de peças que ilustram a “**Idéia Criativa**”, deverá constituir-se em uma cópia da via não identificada, com a identificação da licitante e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação legal da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

3.1.3. Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, serão informados no **Envelope Nº. 3**, mediante aposição de etiqueta:

ENVELOPE Nº. 03 - PROPOSTA TÉCNICA
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTORIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
TOMADA DE PREÇOS Nº. 38/2023
MUNICÍPIO DE MARACAJA
LICITANTE: _____
CNPJ: _____

3.1.3.1. O envelope Nº. 3 será providenciado pela licitante, e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que se trata, até sua abertura.

3.1.3.2. O envelope Nº. 3 e os documentos nele acondicionados (**Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**) não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária - Via não Identificada e que permita a identificação da autoria da mesma, antes da abertura do envelope Nº. 2.

3.1.4. A Proposta de Preços deverá ser acondicionada no **envelope Nº. 4**, assim identificado, mediante aposição de etiqueta:

ENVELOPE Nº. 04 - PROPOSTA DE PREÇOS
TOMADA DE PREÇOS, Nº. 38/2023
MUNICÍPIO DE MARACAJA
LICITANTE: _____
CNPJ: _____

3.1.4.1. O envelope Nº. 4 será providenciado pela licitante, devendo ser inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

3.1.4.2. A Proposta de Preços deverá ser apresentada em papel timbrado da licitante, ter suas



páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, com clareza, sem emendas ou rasuras. A Proposta de Preços deverá ser datada e assinada no documento referido no subitem **8.3.** deste Edital, por quem detenha poderes de representação legal da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

3.2. No ato de entrega dos envelopes com as Propostas Técnica e de Preços, o representante da licitante apresentará à Comissão Especial de Licitação, o documento que o credencie a participar da licitação.

3.2.1. Os licitantes far-se-ão representar por seus titulares ou representantes **devidamente credenciados, mediante instrumento público ou particular**, com poderes expressos e específicos para esse fim, podendo ser utilizado o modelo de **Carta de Credenciamento** constante no **Anexo II**. Somente os titulares ou representantes poderão intervir nas fases do procedimento licitatório, respondendo, para todos os efeitos, por sua representada.

3.3. O representante deverá identificar-se, exibindo documento de identidade oficial e a documentação que comprove os poderes que lhe foram outorgados.

a) Na hipótese de o representante ter sido constituído mediante instrumento particular, os poderes do outorgante serão comprovados pela apresentação de instrumento público ou contrato social da empresa licitante;

b) Se representante legal da licitante, os poderes serão comprovados mediante apresentação do ato de constituição da licitante ou de sua cópia autenticada, que estabeleça a prova de representação da empresa, onde conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, também cópia autenticada da ata da assembléia de eleição do dirigente, devidamente registradas no órgão competente.

3.4. A falta ou incorreção de instrumento legal de credenciamento não impedirá a participação da empresa no certame, porém obstará sua manifestação no curso do procedimento.

3.5. O não-comparecimento de representante da licitante às sessões para recebimento e abertura dos envelopes e demais sessões da licitação ou falta de sua rubrica nos documentos entregues pelos demais participantes, não ensejará reclamações, não obstará o prosseguimento dos trabalhos, nem influenciará suas decisões.

3.6. É facultado ao licitante a substituição de seu representante no decorrer do processo licitatório, mediante realização de novo credenciamento.

4 - PROPOSTA TÉCNICA (Envelopes Nº. 1, 2 e 3)

4.1. A PROPOSTA TÉCNICA CONSISTIRÁ EM QUATRO QUESITOS:

4.1.1. Plano de Comunicação Publicitária: a licitante apresentará **Plano de Comunicação Publicitária**, elaborado com base no Briefing (**Anexo I deste Edital**), o qual compreenderá os seguintes subquesitos:

4.1.1.1. Raciocínio Básico: texto de, no máximo 03 (três) páginas, papel A4, com até 30 (trinta) linhas, em que a licitante demonstrará seu entendimento sobre as informações apresentadas no Briefing, principalmente sobre o problema específico de comunicação.

4.1.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: texto de, no máximo 03 (três) páginas, papel A4, com até 30 (trinta) linhas, em que a licitante:

a) apresentará e defenderá o partido temático e o conceito que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução do problema específico de comunicação;

b) explicitará e defenderá os principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida para a solução do problema específico de comunicação, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer quando dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar.

4.1.1.3. Idéia Criativa: a licitante desenvolverá campanha publicitária destinada a solucionar o



problema específico de comunicação, observadas as seguintes disposições:

a) apresentará relação de todas as peças integrantes da campanha, incluídas as eventuais reduções e variações de formato e as peças que eventualmente extrapolarem o limite previsto na alínea a do subitem **4.1.1.3.1**;

b) apresentará exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação;

c) O roteiro, layout, story-board impresso e "monstro" de spot de rádio a que se refere o quesito idéia criativa estão limitados a uma peça para cada mídia de veiculação proposta pela agência.

4.1.1.3.1. Os exemplos de peças:

a) estão limitados a dez, independentemente da mídia de divulgação, do tipo ou característica da peça;

b) podem ser apresentados sob forma de roteiro, layout e story-board impressos, para qualquer peça, e de "monstro", para rádio e internet;

c) só serão aceitos finalizados em caso de não mídia;

d) apresentados como parte de um kit serão computados individualmente no limite de que trata a alínea "a" do subitem **4.1.1.3.1**.

4.1.1.4. Estratégia de Mídia e não Mídia – constituída de:

a) texto em que, de acordo com as informações do Briefing, demonstrará a capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha (permitida a inclusão de tabelas, gráficos e planilhas) e indicará o uso dos recursos de comunicação próprios da **Administração, Fundo ou Samae**, se houver.

b) simulação de plano de distribuição de todas as peças de que trata a alínea a do subitem **4.1.1.3**, acompanhada de tabelas, gráficos, planilhas e texto com a explicitação das premissas adotadas e suas justificativas.

4.1.1.4.1. Da simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre pelo menos: o período de veiculação; os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em mídia, separadamente por meios; e os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça, separadamente, de mídia e de não mídia.

a) **Para fins** de calculo dos custos de produção e veiculação deverá ser a seguinte tabela:

PLANO SIMULADO DE DISTRIBUIÇÃO DE VERBA PUBLICITÁRIA													
Peças		Peças	Custos Internos (criação)	Custos Terceiros						Honorários Produção (15%) / Veiculação (20%)		Totais Gerais	
Meio	Descrição			Produção			Veiculação			Custo	%	Total	%
				Quantidade	Custo	%	Custo	%	Período				
Televisão													
Jornal													
Rádio													
Outdoor													



Não Mídia													
Totais			R\$	-									

4.1.1.4.2. No caso de não mídia, no resumo geral também deverão ser explicitadas as quantidades a serem produzidas de cada peça.

4.1.1.4.3. Na simulação de que trata a alínea "b" do subitem **4.1.1.4.:**

a) No cálculo da distribuição dos custos para a produção e veiculação de que trata o item acima citado a licitante utilizará como referencia verba constante no Briefing.

b) A Licitante deverá evidenciar a utilização dos recursos mediante a apresentação de distribuição percentual da verba disponível.

c) No caso das peças relativas a não mídia deverá ser especificado a quantidade a ser utilizada em cada peça.

4.1.2. Capacidade de Atendimento: textos em que a licitante apresentará:

a) relação nominal dos principais clientes atuais da licitante, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio e TV, produção gráfica, mídia e atendimento;

c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato;

d) a sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pela licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

e) a discriminação das informações de comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da licitada, sem ônus adicional, durante a execução do contrato.

4.1.3. Repertório: apresentação, sob a forma de peças e respectivas fichas técnicas, de um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados/distribuídos/exibidos/expostos pela licitante.

4.1.3.1. Poderão ser apresentadas até dez peças, independentemente da mídia de divulgação, do tipo ou característica da peça.

4.1.3.2. Para cada peça, deve ser apresentada uma ficha técnica com a indicação sucinta do problema que cada peça se propôs a resolver e a identificação da licitante, título, data de produção, período de veiculação/distribuição/exibição/exposição e menção de pelo menos um veículo/espço que a divulgou/exibiu/expôs.

4.1.3.3. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD e as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

4.1.3.4. As peças não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela Administração Municipal de Maracajá.

4.1.3.5. As peças que constituem o relatório estão limitadas a três para cada uma das mídias de veiculação selecionadas pela licitante, como as mais representativas de suas características, observado o limite total fixado no subitem **4.1.3.1.**



4.1.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: deverão ser apresentados até dois cases, relatando, em no máximo duas páginas cada, papel A4, com 30 (trinta) linhas, soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação propostas pela licitante e implementadas por anunciantes.

4.1.4.1. Os relatos terão de ser formalmente referendados pelos respectivos anunciantes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pela Administração Municipal de Maracajá.

4.1.4.2. É permitida a inclusão de até cinco peças, independentemente da mídia de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada relato, sendo que as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD e as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

4.2. Nos limites de páginas pertinentes ao **Plano de Comunicação Publicitária** não serão computadas as páginas utilizadas eventualmente, com tabelas, gráficos e planilhas referentes às alíneas **a e b** do subitem **4.1.1.4.**

4.3. A critério da licitada a campanha publicitária da Proposta vencedora poderá ou não vir a ser produzida e veiculada, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

5 - PROPOSTA DE PREÇOS (Envelope Nº. 4)

5.1. A Proposta de Preços deverá ser apresentada de conformidade com o estabelecido no **Anexo III.**

6 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

6.1. Somente as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnica e de Preços, apresentarão os documentos relativos à habilitação, consistentes em:

6.1.1. HABILITAÇÃO JURÍDICA

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

a1) Os documentos mencionados na alínea "a" deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta Tomada de Preços;

b) Inscrição do ato constitutivo em cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

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

d) Registro comercial, em caso de empresa individual.

6.1.2. REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA

a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (**CNPJ**), com validade na data da realização da licitação;

b) **Certidão Negativa de Débitos Relativos a Créditos Tributários Federais, Dívida Ativa da União e INSS (CND)**, emitida pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (Ministério da Fazenda) – Portaria Conjunta RFB/PGFN Nº. 1.751, de 02/10/2014;

c) **Certidão Negativa de Tributos Estaduais** ou Certidão Positiva com efeito Negativo, expedida pela Fazenda Estadual da sede da licitante ou outra equivalente na forma da Lei;

d) **Certidão Negativa de Tributos Municipais** ou Certidão Positiva com efeito Negativo, expedida pela Fazenda Municipal da sede da licitante;

e) **Certificado de Regularidade** do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – **CRF/FGTS**;

f) **Prova de regularidade perante a Justiça do Trabalho**, mediante apresentação da Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas ou Certidão Positiva com efeito Negativo (CNDT) – Lei



12.440/2011);

g) Certificado de Registro Cadastral (CRC) compatível com o ramo do objeto deste edital, emitido pela Prefeitura do Município de Maracajá, dentro do seu prazo de validade;

6.1.2.1. Será considerada como válida pelo prazo de **180 (cento e oitenta)** dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

6.1.3. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA:

a) Registro da empresa na Associação Brasileira de Agências de Propaganda – ABAP ou no Sindicato da classe no Estado ou cidade sede da Licitante ou declaração da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO, caso não exista sindicato de classe no Estado.

b) Certificado de Qualidade Técnica expedido pelo CENP – Conselho Executivo de Normas Padrão, nos termos do art. 4º, § 1º da Lei Federal 12.232/2010.

c) Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível em características qualitativas e quantitativas com o objeto da licitação, mediante apresentação de atestado(s) expedido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado que tenha(m) sido ou esteja(m) sendo atendido(s) pela licitante.

d) Comprovação da licitante de possuir, na data prevista para entrega dos documentos de habilitação, vínculo com profissional de nível superior das seguintes áreas: Comunicação (Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas), Publicidade ou Marketing, devendo a comprovação ser efetivada através da apresentação do diploma de graduação do mesmo **ou** vínculo com profissional devidamente reconhecido pelo sindicato da classe, devendo a comprovação ser efetivada através da apresentação do registro, na forma da Lei Federal nº 4.680/65.

6.1.4. Qualificação Econômico–financeira

a) Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrado há mais de 3 (três) meses da data de apresentação da proposta;

a.1) As empresas constituídas no exercício em curso deverão apresentar cópia do balanço de abertura ou cópia do livro diário contendo o balanço de abertura, inclusive os termos de abertura e encerramento.

b) A boa situação financeira da empresa será avaliada, nos termos do art. 31, § 5º da Lei 8.666/93, pelos índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), superiores a 1 (um inteiro), resultantes da aplicação das fórmulas abaixo, com os valores extraídos de seu balanço patrimonial:

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

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

$$\text{Liquidez Corrente} = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$$

B1. As fórmulas dos índices contábeis referidos deverão estar devidamente aplicadas em memorial de cálculos juntado ao balanço e adaptadas, no que couber, à nova estrutura dos balanços patrimoniais promovida pela Lei 11.941/2009.

c) As licitantes que apresentarem, em seu Balanço, resultado igual ou menor do que 1 (um), no cálculo de quaisquer dos índices acima, fica obrigada a comprovar, na data de apresentação da documentação, patrimônio líquido no mínimo equivalente a R\$100.000,00 (Cem mil reais).



d Certidão Negativa de Falência, Concordata ou Recuperação Judicial, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica.

d.1. Caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 180 (cento e oitenta) dias corridos antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação e das Propostas;

6.1.4.1. Sob pena de inabilitação, os documentos apresentados deverão estar:

a) em nome da licitante e com o Nº. do CNPJ e endereço respectivo;

b) todos em nome da matriz ou todos em nome da filial, exceto aqueles que só possam ser fornecidos pela matriz;

c) não serão aceitos documentos cujas datas estejam rasuradas.

6.1.5. A não apresentação de qualquer um dos documentos exigidos, implicará na imediata inabilitação da empresa, e conseqüente desclassificação do pleito.

7 - JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

7.1. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por **Subcomissão Técnica**, que não poderá participar da sessão de recebimento e abertura dos envelopes Nº.s 1 e 3, de caráter público.

7.2. A Comissão Especial de Licitação receberá os envelopes com as Propostas Técnica e de Preços, no local, dia e horário determinados neste Edital.

7.2.1. Os envelopes Nº. 1, fornecidos pela Comissão Especial de Licitação, somente serão por ela recebidos, se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.

7.2.2. A Comissão Especial de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos envelopes padronizados, não identificados, que contém o Plano de Comunicação Publicitária (envelope Nº. 1).

7.3. A Comissão Especial de Licitação abrirá os envelopes Nº.s 1 e 3 em sessão pública, franqueando o exame dos documentos dele constantes a os presentes. Em seguida, encaminhará os envelopes Nº.s 1 e 3 à Subcomissão Técnica para análise e julgamento.

7.4. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta:

7.4.1. Plano de Comunicação Publicitária.

7.4.1.1. Raciocínio Básico - acuidade de compreensão:

a) das características da licitada e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;

b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da licitada com seus públicos;

c) do papel da licitada no atual contexto social, político e econômico;

d) do problema específico de comunicação da licitada.

7.4.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária

a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da licitada e a seu problema específico de comunicação;

b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;



- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da licitada com seus públicos;
- d) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para solução do problema específico de comunicação licitada
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas;
- g) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a licitada e sobre o problema específico de comunicação, os públicos, os objetivos da licitada e a verba disponível.

7.4.1.3. Idéia Criativa

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

7.4.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia

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

7.4.2. Capacidade de Atendimento

- a) o tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;
- b) a adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária da licitada, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros;
- c) a estrutura operacional disponível na cidade-sede da entidade durante a execução do contrato e a qualidade dos profissionais estabelecidos na cidade da entidade;
- d) a operacionalidade do relacionamento entre a licitada e a licitante, esquematizado na



Proposta;

MUNICÍPIO DE MARACAJÁ
ESTADO DE SANTA CATARINA



e) a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na Proposta;

f) a relevância e a utilidade das informações de comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da licitada, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

7.4.3. Repertório

a) a idéia criativa e sua pertinência;

b) a clareza da exposição;

c) a qualidade da execução e do acabamento.

7.4.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

a) a concatenação lógica da exposição;

b) a evidência de planejamento publicitário;

c) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;

d) a relevância dos resultados apresentados.

7.5. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

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

a) Plano de Comunicação Publicitária: **65 (sessenta e cinco), assim distribuídos:**

a1) Raciocínio Básico – **10 (dez)**

a2) Estratégia de Comunicação Publicitária – **20 (vinte)**

a3) Idéia Criativa – **25 (vinte e cinco)**

a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia – **10 (dez)**

b) Capacidade de Atendimento – **15 (quinze)**

c) Repertório – **10 (dez)**

d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – **10 (dez).**

7.5.2. A pontuação do quesito corresponderá à **média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica.**

7.5.2.1. Se, na avaliação de um quesito ou subquesito, a diferença entre a maior e a menor pontuação for maior que 20% da pontuação máxima do quesito ou subquesito, será aberta discussão entre todos os membros da Subcomissão para apresentação, por seus autores, das justificativas das pontuações "destoantes". Caso as argumentações não sejam suficientes ao convencimento dos membros da Subcomissão, os autores reavaliarão suas pontuações.

7.5.2.1.1. Caso os autores das pontuações destoantes não adotem novas pontuações, deverão registrar suas justificativas por escrito em ata, a qual deverá ser assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo da licitação.

7.5.3. A nota de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

7.5.4. Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior nota.



7.6. Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) não alcançar, no total, a nota mínima de **80 (oitenta) pontos**;
- c) obtiver pontuação 0 (zero) em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 7.4.1.1 a 7.4.1.4 e 7.4.2. a 7.4.4.

7.7. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das licitantes mais bem-classificadas nesta fase, serão assim consideradas que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 7.4.1, 7.4.2, 7.4.3 e 7.4.4.

7.8. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela Comissão Especial de Licitação, cuja data será divulgada na forma do item 11 deste Edital e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

8 - VALORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

8.1. A Proposta de Preço das licitantes classificadas serão examinadas pela Comissão Especial de Licitação, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

8.2. Será desclassificada:

- a) a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços;
- b) a proposta que não atenda às exigências do ato convocatório da licitação.

8.3. Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha que constitui o **Anexo III**, ressalvado que, nos termos do art. 46, § 1º, da Lei Nº. 8.666/93, não será aceito:

a) desconto superior a 30 % (trinta por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Santa Catarina, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria licitante;

b) percentual de honorários superior a 15 % (quinze por cento), incidente sobre os custos de serviços realizados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei Nº. 4.680/65;

c) percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidente sobre os custos de outros serviços realizados por fornecedores, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas e peças publicitárias – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual.

8.4. A Comissão Especial de Licitação atribuirá pontos para cada um dos quesitos a serem valorados, conforme a seguinte tabela:

Desconto/Honorários

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

N = 1,0 x Desconto

Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços realizados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

N = 6,0 x (15,0 - Honorários)

Percentual de honorários incidente sobre os custos de outros serviços realizados por fornecedores, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e



criação de campanhas e peças publicitárias – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual.

N = 3,0 x (10,0 - Honorários)

Observação: para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos desconto e honorários serão substituídos nas fórmulas da coluna Pontos pelas respectivas percentagens que constarem da Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, apresentada pelas licitantes, sem o símbolo "%".

8.4.1. A nota de cada Proposta de Preços será obtida mediante a soma dos pontos dos quesitos constantes da tabela referida no subitem **8.4.**

8.4.2. A Proposta de Preços que obtiver a maior nota será considerada como a de menor preço.

8.4.2.1. Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente: o menor percentual de honorários referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por fornecedores; o menor percentual de honorários incidente sobre os custos de outros serviços realizados por fornecedores; o maior percentual de desconto sobre os custos internos.

8.5. Quando todas as licitantes forem desclassificadas, a Comissão Especial de Licitação poderá fixar o prazo de oito dias úteis para apresentação de novas Propostas escoimadas das causas que ensejaram a desclassificação.

9 - SUBCOMISSÃO TÉCNICA

9.1. 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 Administração Municipal de Maracajá.

9.2. A escolha dos membros da subcomissão técnica foi realizada por meio de sorteio, conforme edital de chamada pública nº 104/2022, publicado no DOM/SC em 01/02/2023.

9.2.1. Obteve a inscrição de 11 profissionais, destes 1 com vínculo e 10 sem vínculo com este município.

9.2.2. A subcomissão será composta pelos membros sorteados conforme publicado no DOM/SC em 02/02/2023.

10 - PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

10.1. À exceção do julgamento das Propostas Técnicas (envelopes Nº.s 01 e 03) que será realizado pela Subcomissão Técnica, todos os demais procedimentos e julgamentos serão efetuados e correrão sob a responsabilidade da Comissão Especial de Licitação.

10.1.1. Serão realizadas cinco reuniões públicas, ou mais, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação em vigor.

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

10.1.3. Os representantes das licitantes presentes poderão nomear uma comissão constituída de alguns entre eles para rubricar os documentos nas diversas reuniões públicas, decisão que constará da respectiva ata.

10.1.4. A Comissão Especial de Licitação poderá em qualquer fase do processo, se julgar necessário, proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem disponível para a realização dos serviços objeto desta Tomada de Preços.

10.1.5. A Comissão Especial de Licitação poderá, no interesse da licitada, relevar omissões



puramente formais nas Propostas apresentadas pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Tomada de Preços e possam ser sanadas no prazo a ser fixado pela Comissão Especial de Licitação.

10.1.6. Antes do aviso oficial do resultado desta Tomada de Preços, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

10.1.7. Qualquer tentativa de uma licitante influenciar a Comissão Especial de Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

10.1.8. A Comissão Especial de Licitação poderá alterar as datas ou as pautas das reuniões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

10.2. A primeira fase da primeira reunião pública será realizada no local, dia e hora previstos no preâmbulo deste Edital e terá basicamente a seguinte pauta:

a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem **3.2**;

b) receber os envelopes Nº. 1, Nº. 2, Nº. 3 e Nº. 4;

c) conferir se os envelopes Nº. 1 apresentam em sua parte externa alguma menção que identifique a empresa licitante, ocorrência que impedirá a Comissão de receber também, todos os seus demais envelopes;

d) abrir os envelopes Nº. 1 e 3.

10.2.1. O presidente da Comissão Especial de Licitação irá disponibilizar as folhas contidas nos Invólucros Nº. 1 e 3 para os licitantes presentes analisar.

10.3. Em ato contínuo, a Comissão Especial de Licitação encaminhará os envelopes Nº.s 1 e 3, que compõem a Proposta Técnica, para análise e julgamento pela Subcomissão Técnica.

10.3.1. A análise será individualizada e o julgamento do Plano de Comunicação Publicitária feito dentro do estabelecido no presente Edital, observados os critérios por ele fixados.

10.3.1.1. A Subcomissão Técnica elaborará as planilhas com as pontuações de cada um de seus membros e planilha totalizadora correspondente à soma da pontuação atribuída aos quesitos e subquesitos;

10.3.1.2. A Subcomissão Técnica desclassificará as Propostas Técnicas que não atenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no Edital;

10.3.1.3. Incumbirá à Subcomissão Técnica a elaboração da ata de julgamento do Plano de Comunicação Publicitária (envelope Nº. 1) e encaminhamento à Comissão Especial de Licitação, juntamente com as Propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que fundamentaram cada caso;

10.3.1.4. De igual forma a Subcomissão Técnica procederá com relação aos materiais contidos no envelope Nº. 3, encaminhados à Comissão Especial de Licitação de forma idêntica à indicada no subitem 10.3.1.3.

10.3.2. A apuração do resultado geral das Propostas Técnicas, ocorrerá em sessão pública, observados os seguintes procedimentos:

a) abertura dos envelopes Nº. 2, contendo a via identificada do Plano de Comunicação Publicitária;

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

c) elaboração de planilha geral da Proposta Técnica (envelope Nº. 1 + envelope Nº. 3), registrando-se em ata a ordem de classificação e as propostas desclassificadas;



10.3.3. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido desistência do mesmo, ou ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão marcados data, hora e local para abertura dos envelopes Nº. 4, em sessão pública, contendo a Proposta de Preços.

10.3.4. Abertos os trabalhos de julgamento das Propostas de Preços, serão observados os procedimentos abaixo:

a) abertura dos envelopes Nº. 4, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por elas indicada;

b) examinar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências fixadas neste Edital, para elaboração das Propostas de Preços e julgá-las;

c) identificar a proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado, aos representantes das licitantes presentes;

d) realizar com a licitante mais bem classificada na fase de Proposta Técnica – caso não tenha ela apresentado a Proposta de menor preço – a negociação prevista no art. 46, §1º, inc. II da Lei Nº. 8.666/93, tendo como referência a Proposta de menor preço entre as licitantes classificadas;

e) realizar procedimento idêntico, no caso de impasse na negociação anterior, sucessivamente, com as demais licitantes classificadas, até a consecução de acordo para a contratação;

f) declarar vencedora desta Tomada de Preços, a licitante mais bem classificada na Proposta de menor preço, ou que concordar em praticar o menor preço ofertado pelas licitantes classificadas;

g) publicação do resultado final, por ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, nos termos do que dispõe o art. 109, inc. I, "b", da Lei Nº. 8.666/93.

10.3.5. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido desistência do mesmo, ou ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas, para apresentação, na data, local e hora designados, do envelope Nº. 5, contendo os Documentos de Habilitação.

10.3.5.1. No local, data e hora estabelecidos, a Comissão Especial de Licitação, em sessão pública, receberá os envelopes Nº. 5 e os abrirá, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação de regência e no presente Edital.

10.3.5.2. Se os Documentos de Habilitação da licitante classificada em primeiro lugar no julgamento final, atenderem ao quanto exigido, ela será declarada habilitada e, em decorrência, vencedora da licitação.

10.3.5.3. Caso a primeira classificada no julgamento final seja inabilitada, serão abertos sucessivamente, os envelopes Nº. 5 das demais licitantes classificadas, por ordem de classificação, até encontrar aquela que tenha os Documentos de Habilitação satisfatórios, que será a vencedora do pleito.

10.3.5.4. A decisão quanto à habilitação ou inabilitação das licitantes deverá ser publicada, abrindo-se prazo para interposição de recurso nos termos do art. 11, inc. XIII da Lei Nº. 12.232/10.

10.3.5.5. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido desistência do mesmo, ou ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, o procedimento será homologado e adjudicado o objeto licitado à licitante vencedora, conforme estabelecido no art. 11, inc. XIV da Lei Nº. 12.232/10.

10.3.6. Os envelopes das licitantes desclassificadas ou inabilitadas ficarão à disposição das mesmas por 30 (trinta) dias contados da data de encerramento da licitação. Decorrido este prazo sem que sejam retirados, a licitada promoverá sua destruição.

11 - DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS



11.1. A critério da Comissão Especial de Licitação, todas as decisões referentes a esta Tomada de Preços poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial dos Municípios é obrigatória:

a) nas reuniões de abertura de invólucros;

b) no Diário Oficial dos Municípios;

c) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

12 - IMPUGNAÇÕES E RECURSOS ADMINISTRATIVOS

12.1. Todo cidadão, de acordo com o § 1º do art. 41 da Lei Nº. 8.666/93, é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade. Qualquer pedido de impugnação deverá ser protocolado em até **02 (dois)** dias úteis antes do recebimento das Propostas Técnica e de Preços, de segunda-feira a sexta-feira, das 08:00 às 12:00 horas e das 13:00 às 17:00 horas, via protocolo no Setor de Licitação, localizado na Avenida Getulio Vargas, 530, Bairro Centro, Maracajá - SC, ou pelo e-mail: licitacao@maracaja.sc.gov.br, o qual deverá ser julgado e respondido em até 3 (três) dias úteis sem prejuízo da faculdade prevista no § 1º do art. 113 da Lei Nº. 8.666/93.

12.2. Decairá do direito de impugnar os termos do presente Edital a licitante que não o fizer até **2 (dois)** dias úteis antes da data de recebimento dos envelopes com as Propostas Técnica e de Preços, mediante solicitação por escrito e protocolizada no endereço mencionado no subitem anterior.

12.2.1. Considera-se licitante para efeito do item anterior a empresa que tenha retirado o presente Edital junto ao Setor de Licitações do Município de Maracajá.

12.2.2. A impugnação feita tempestivamente pela licitante não a impedirá de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

12.3. Eventuais recursos referentes a presente Tomada de Preços deverão ser interpostos no prazo máximo de **05 (cinco)** dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida ao Prefeito Municipal, por intermédio da Comissão Especial de Licitação, no endereço mencionado no item 12.1.

12.4. Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de **05 (cinco)** dias úteis.

12.5. Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Especial de Licitação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) a autoridade superior, que decidirá em cinco dias úteis contados de seu recebimento.

12.6. Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal ou subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da licitante.

12.7. Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos ou impugnações até o seu término, vista ao processo desta Tomada de Preços, em local e horário a serem indicados pela Comissão Especial de Licitação.

12.8. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e julgamento de Propostas terão efeito suspensivo, podendo a Comissão Especial de Licitação motivadamente, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

13 - RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

13.1. A soma das despesas do contrato resultante desta Tomada de Preços está estimada em **R\$ 270.000,00 (duzentos e setenta mil reais)**, sendo: **R\$ 200.000,00 (PMM) - R\$ 70.000,00 (FMS)**, pelos primeiros 12 (doze) meses.

13.2. As despesas decorrentes da presente licitação correrão por conta das seguintes dotações



orçamentárias: **2004 3390 (16); 2013 3390 (47); 2046 3390 (58); 2026 3390 (90); 2004 3390 (16) - R\$ 200.000,00 (PMM) - R\$ 70.000,00 (FMS) 2062 3390 (05).**

13.3. O Município de Maracajá através da Secretaria de Administração e Finanças se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

14 - CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS

14.1. A licitante vencedora terá o prazo de 05 (cinco) dias úteis contados a partir da data da convocação, para assinar o termo de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo IV.

14.2. Caso a licitante vencedora se recuse a assinar o contrato no prazo acima estipulado, o Município de Maracajá através do Departamento de Imprensa poderá, a seu critério, convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação final, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas na proposta de menor preço, ou revogar esta Tomada de Preços, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei Nº. 8.666/93.

14.2.1. Prazo de convocação poderá ser prorrogado uma vez, por igual período, quando solicitado pela licitante durante o seu transcurso e desde que ocorra motivo justificado aceito pela Administração.

14.3. Se a licitante vencedora se recusar a assinar o contrato, o Município de Maracajá através do Departamento de Imprensa lhe aplicará multa compensatória de 10% (dez por cento), calculada sobre o valor total estimado da contratação, além de poder aplicar-lhe outras sanções e penalidades previstas na Lei Nº. 8.666/93.

14.3.1. O disposto no item anterior não se aplica às licitantes convocadas na forma do item 14.2.

14.4. O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de **12 (doze) meses**, contados a partir do dia da sua assinatura.

14.4.1. Esse prazo poderá ser prorrogado, a juízo do Município de Maracajá, mediante acordo entre as partes, por até 60 (sessenta) meses, nos termos do inciso II do art. 57 da Lei Nº. 8.666/93 e alterações posteriores.

14.5. O Município de Maracajá poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, sem que assista à contratada qualquer espécie de direito, nos casos previstos na Lei Nº. 8.666/93 e no contrato a ser firmado entre as partes, com a exceção do que estabelece o art. 79, § 2º, da referida Lei.

14.6. Será da responsabilidade da contratada o ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de qualquer de seus empregados, prepostos ou contratados.

14.7. Obriga-se também a contratada por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Edital e do contrato que vier a ser assinado.

14.8. A contratada deverá prestar esclarecimentos, à licitada, sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que a envolvam independentemente de solicitação.

14.9. É vedado à contratada caucionar ou utilizar o contrato resultante da presente Tomada de Preços para qualquer operação financeira.

14.10. A contratada se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de habilitação e qualificação exigidas nesta Tomada de Preços.

15 - REMUNERAÇÃO E PAGAMENTOS

15.1. A remuneração às contratadas, pelos serviços prestados, será feita nos termos da minuta do contrato (Anexo IV), consoante os preços estabelecidos em suas Propostas de Preços ou, quando for o caso, de acordo com os preços negociados na forma prevista no subitem **10.3.4**, letra "d".



15.2. A forma e as condições de pagamento são as constantes da cláusula décima nona da minuta do contrato. (Anexo IV)

15.3.1. Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao Município de Maracajá para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido aos Veículos, de sua tabela de preços, dos pedidos de inserção correspondentes, bem como do relatório de checagem.

16 - DISPOSIÇÕES FINAIS

16.1. É facultada à Comissão Especial de Licitação ou autoridade superior, em qualquer fase desta Tomada de Preços, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente dos Documentos de Habilitação ou da Proposta de Preços.

16.2. A Comissão Especial de Licitação poderá, em qualquer fase do processo, se julgar necessário, proceder à vistoria das instalações disponíveis para a realização dos serviços objeto desta Tomada de Preços.

16.3. A supervisão e a coordenação dos serviços objeto deste Edital, assim como o relacionamento com a CONTRATADA, são atribuições do Município de Maracajá.

16.4. É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.

16.5. Se houver indícios de conluio entre as proponentes ou de qualquer outro ato de má-fé, o Município de Maracajá comunicará os fatos verificados à Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça e ao Ministério Público Federal, para as providências devidas.

16.6. É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 93 da Lei Nº. 8.666/93.

16.7. Antes do aviso oficial do resultado desta Tomada de Preços, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação do contrato ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

16.8. Qualquer tentativa de uma licitante influenciar a Comissão Especial de Licitação no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

16.9. Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado esta Tomada de Preços será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

16.10. Antes da data marcada para o recebimento dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços, a Comissão Especial de Licitação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa ou em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar este Edital e seus Anexos, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

16.11. Até a assinatura do Contrato, as licitantes vencedoras poderão ser desclassificadas ou inabilitadas se o Município de Maracajá através do Departamento de Imprensa tiver conhecimento de fato desabonador no tocante à sua classificação ou habilitação jurídica, regularidade fiscal, qualificação econômico-financeira e qualificação técnica, conhecida após o julgamento de cada fase.

16.12. Se ocorrer a desclassificação ou inabilitação da licitante vencedora por fatos referidos no subitem anterior o Município de Maracajá através do Departamento de Imprensa poderá convocar as licitantes remanescentes por ordem de classificação ou revogar esta Tomada de Preços.

16.14. Correrão por conta do Município as despesas que incidirem sobre a formalização do Contrato, aí incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato,



no Diário Oficial do Município de Maracajá, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei Nº. 8.666/93 e alterações subsequentes.

16.15. Esclarecimentos sobre esta Tomada de Preços serão prestados pela Comissão Especial de Licitação do Município de Maracajá desde que recebidos até 5 (cinco) dias antes da data para a apresentação dos envelopes contendo as Propostas, exclusivamente mediante solicitação por escrito ou pelo e-mail: licitacao@maracaja.sc.gov.br, de segunda a sexta-feira, das 13:00 às 19:00 horas, através do protocolo do Departamento de Compras e Licitações no Município, localizada na Avenida Getúlio Vargas, 530, Bairro Centro, Maracajá - SC.

16.16. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos apenas por escrito, se possível pelas mesmas vias, ressalvado que a Comissão Especial de Licitação dará conhecimento das consultas e respostas às demais licitantes que retiraram o Edital, sem informar a identidade da licitante consultante, mediante divulgação no sitio oficial do Município de Maracajá nainternet, no endereço: www.maracaja.sc.gov.br.

16.17. O Edital e seus anexos poderão ser conhecidos ou adquiridos, de 2ª. a 6ª. feiras (em dias úteis), das 08:00h às 12:00h e das 13:00h às 17:00h, no Setor de Licitações sito, Avenida Getúlio Vargas, 530, Bairro Centro, Maracajá - SC, ou através do endereço eletrônico: Diário Oficial dos Municípios de Santa Catarina - DOM/SC (diariomunicipal.sc.gov.br) ou pelo site www.maracaja.sc.gov.br no link Transparência/Licitações/Editais, sem qualquer custo, assim como o Envelope Padronizado Nº. 01.

16.18. Integram este Edital os seguintes anexos:

- a) Anexo I: Briefing;
 - b) Anexo II: Modelo de Carta de Credenciamento
 - c) Anexo III: Planilha de Preços Sujeitos a Valoração;
 - d) Anexo IV: Minuta de Contrato.
 - e) Anexo V: Declaração de Cumprimento do Disposto no Inciso XXXIII do Artº7º da Constituição Federal de 1988;
 - f) Anexo VI: Declaração de Inexistência de Fato Impeditivo
 - g) Anexo VIII: Declaração de sujeição aos Termos do Edital
- Maracajá - SC, 06 de julho de 2023.**

REJANE PEREIRA DOS SANTOS
PRESIDENTE DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO



ANEXO I

BRIEFING PARA A CRIAÇÃO DA CAMPANHA

1 - INTRODUÇÃO:

O *briefing* é parte essencial para nortear e qualificar a comunicação publicitária. É o projeto básico, preciso, claro e objetivo, que vai garantir aos profissionais da publicidade e propaganda as ferramentas necessárias para a prestação de serviços de qualidade.

O *briefing* aqui apresentado foi elaborado para ser utilizado como modelo visando a elaboração e o julgamento das propostas técnicas que serão apresentadas.

Está delineado pela ideia básica das diretrizes e normas que devem nortear a agência na criação da campanha externa, que é o objetivo deste edital.

A campanha será simulada e, portanto, desenvolvida para destino, exclusivo, de julgamento da presente licitação, do tipo melhor técnica, não gerando para a Administração obrigação de executá-las no futuro.

2 - Caracterização:

A agência de publicidade e propaganda está sendo buscada para a criação de peças publicitárias, designs gráficos e campanhas institucionais, com o objetivo de levar a todos moradores de Maracajá – incluindo a totalidade territorial, as ações desempenhadas pelo governo. As ações refletem as necessidades imediatas da população levando em conta o desenvolvimento social e econômico do município. As campanhas devem se fundamentar na precisão, clareza e objetividade fazendo as informações do governo chegar à população, numa mesma linguagem, visando:

- Aproximar o Poder Executivo Municipal da sociedade.
- Promover a arrecadação de tributos do município;
- Desenvolver campanhas educativas e de utilidade pública;
- Divulgar informações administrativas, que darão ênfase à transparência deste governo, inclusive no que se refere a números e orçamento;
- Adotar linguagem simplificada visando facilitar a compreensão de ações e obras realizadas pelo Governo Municipal;
- Despertar no cidadão o interesse de contribuir, junto ao governo, de ações que vislumbrem o desenvolvimento e a boa imagem do município;
- Atrair investidores para o território municipal, a fim de incrementar a economia;
- Divulgar o município, incluindo suas riquezas, potencialidades e o povo que mora aqui.

3 - Conteúdo

Noticiar, motivar e mobilizar a população com informações concisas, objetivas, elucidativas e educativas, no que tange as ações do Poder Executivo Municipal.

4 - Produção e Mídia

A dotação disponível para este processo licitatório deverá ser aplicada conforme as necessidades do cliente de produção e veiculação, estando nela incluídos os valores de remuneração legal da agência de propaganda que vier a ser contratada. As estratégias de mídia deverão sempre buscar a melhor cobertura e o alcance do público específico, otimizando, ao máximo, os recursos disponíveis levando sempre em conta sua limitação e a realidade socioeconômica do Poder Executivo Municipal.

5 - O cliente:

Para o desenvolvimento da proposta técnica (campanha simulada), o Poder Executivo Municipal de Maracajá deve ser considerado como cliente pelo licitante. Vale lembrar que o poder ora citado é um ente político legitimado, responsável por desenvolver e gerir ações públicas no interesse do Município de Maracajá.

Para fins de Comunicação, a estrutura do Poder Executivo Municipal de Maracajá, é assim dividida:



- Prefeitura Municipal de Maracajá;
- Fundo Municipal de Saúde;

6 - Maracajá – Informações Gerais:

Maracajá está localizado na região sul do estado de Santa Catarina. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), sua população estimada é de 7.461 habitantes. Os primeiros moradores de Maracajá são conhecidos como caçadores-coletores, isto é, grupos de poucas pessoas que circulavam em determinado território, coletavam frutos, pescavam e caçavam diversos animais de nossas matas. A identidade cultural de nosso município é bastante diversificada, devido principalmente aos povos que efetivaram a ocupação de seu território. No século XIX, várias pessoas de outros países vieram para o Brasil, em busca de melhores condições de vida. Chegaram ao município de Maracajá açorianos, africanos, italianos, entre outros povos. Esses imigrantes praticaram a agricultura, a pecuária, e também construíram engenhos de cana-de-açúcar e de farinha de mandioca. Um outro elemento fundamental para o desenvolvimento de Maracajá foi a instalação do ramal ferroviário Dona Tereza Cristina, importante na comercialização dos gêneros alimentícios produzidos pelos moradores e também para o crescimento populacional, pois muitas famílias instalaram-se no município para trabalhar na ferrovia. Inicialmente as terras de Maracajá pertenciam a uma grande região chamada de Freguesia de Araranguá, posteriormente passou a ser distrito do município de Araranguá que havia se emancipado, e nesta época o nome da localidade era Morretes devido à presença de vários morros ao longo do território. No final da década de 40 e início dos anos 50, ocorreu a substituição do nome do distrito de Morretes, pois existia no litoral paranaense um município com o mesmo nome, e isso estava causando desvios de correspondências e outros problemas burocráticos. Por isso, desta forma os membros dos poderes executivo e legislativo de Araranguá, decidiram pela troca do nome, escolhendo Maracajá, que significa gato-do-mato na língua indígena, um animal que existia em grande quantidade em nossas matas. A agricultura inicialmente era de subsistência, e posteriormente os excedentes da produção passaram a ser comercializados. Antigamente cultivava-se milho, mandioca, cana-de-açúcar, feijão e hortaliças. Nos dias atuais o município de Maracajá, destaca-se também pelo desenvolvimento agrícola, porém as culturas que prevalecem são o arroz e fumo. São também atividades econômicas de geração de emprego e renda as fábricas do setor têxtil, o extrativismo mineral, o comércio e entre outros. O município de forte religiosidade tem predominância de fiéis da igreja católica. As manifestações culturais que se mantêm presentes nos dias atuais são influenciadas pelas tradições açorianas miscigenadas a cultura italiana. Uma das tradições católicas que envolvem um grande acontecimento no município é a caminhada pela peregrinação e a procissão da via sacra, no Morro da Cruz, na comunidade de Espigão da Toca.

REFIS 2023

7 - PÚBLICO-ALVO:

Contribuintes em atraso com o tesouro municipal.

8 - PROBLEMA A SER RESOLVIDO:

Divulgar o Programa de Recuperação Fiscal do Município de Maracajá - REFIS, destinado a promover a regularização de créditos tributários.

9 - OBJETIVO DE COMUNICAÇÃO:

Incentivar os contribuintes a regularizar seus débitos com o município de Maracajá até 30 de dezembro de 2023 com desconto sobre multas e juros, a saber:

95% para pagamento integral em parcela única.

90% para parcelamento em até 02 parcelas;

60% para o parcelamento em até 06 parcelas;



30% para o parcelamento em até 12 parcelas;

11 - PERÍODO DE VEICULAÇÃO:

30 dias

12 - VERBA:

R\$ 80.000,00 (Oitenta mil reais)

13 – DOTAÇÃO ORÇAMENTARIA:

Descrição do Órgão	Valor para 12 meses	Dotação Orçamentária
Prefeitura Municipal de Maracajá	R\$ 200.000,00	
Fundo Municipal de Saúde	R\$ 70.000,00	



ANEXO II
MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO

(Em papel timbrado da empresa)

Pela presente, credenciamos o (a) Sr(a).....
portador(a) da Cédula de Identidade N^o....., inscrito(a) no CPF sob o N^o.
.....,
para representar a empresa, inscrita no CNPJ/MF sob
o N^o..... com sede no seguinte endereço:.....
na cidade de..... Estado de..... para nos representar no
processo licitatório relativo à **Tomada de Preços de N^o. 38/2023**, instaurado pela Prefeitura
Municipal de Maracajá, a quem outorgamos amplos poderes para rubricar propostas das
demais licitantes, assinar atas e documentos, interpor recursos e impugnações, receber
notificações, tomar ciência de decisões, recorrer, renunciar ao direito de interposição de
recursos, acordar, transigir, enfim praticar todo e qualquer ato necessário à perfeita
representação ativa da outorgante no presente procedimento licitatório, a que tudo daremos
por válido.

..... de..... de 2023

Assinatura e representação gráfica do Representante legal da empresa
e carimbo



ANEXO III
(PAPEL TIMBRADO DA LICITANTE)
PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS À VALORAÇÃO

Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

a) desconto a ser concedido à licitada, sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Santa Catarina: _____ % (___ por cento);

b) honorários, a serem cobrados da licitada, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação: ____% (_____ por cento);

c) honorários, a serem cobrados da licitada, incidentes sobre os custos de outros serviços realizados por fornecedores, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas, peças e materiais publicitários – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual: ____% (_____ por cento).

....., de.....de 2023

(nome da licitante)

Representante legal



MUNICÍPIO DE MARACAJÁ
ESTADO DE SANTA CATARINA

ANEXO IV
MINUTA CONTRATUAL

ESTADO DE SANTA CATARINA
MUNICÍPIO DE MARACAJÁ SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO E
FINANÇAS

CONTRATO Nº. XX/PMBR/2023

TERMO DE CONTRATO QUE ENTRE SI FAZEM, DE
UM LADO O **MUNICÍPIO DE MARACAJA**, E DE
OUTRO LADO A EMPRESA **XXXXXXXXXXXXXX**,
NOS TERMOS DA LEI Nº. 8.666 DE 21/06/93.

Preâmbulo



licitatório, sob a pena de sustação de quaisquer créditos, até a efetiva comprovação da inexistência de débitos;

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 publicidade e comunicação;

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

3.1.6. Submeter previamente à CONTRATANTE, para aprovação, as propostas de contratação de terceiros para fornecimento de bens ou prestação de serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, 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;

3.1.6.1. A critério da CONTRATANTE, a mesma poderá apresentar outras cotações a serem incluídas juntas às realizadas pela CONTRATADA, visando ampliar o número de propostas alternativas;

3.1.7. 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;

3.1.8. 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;

3.1.9. Guardar sigilo sobre todos os assuntos que, em decorrência dos serviços que deve executar, lhe forem confiados;

3.1.10. 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;

3.1.11. Operar como uma organização completa e independente, fornecendo serviços de comprovada qualidade e mão-de-obra necessária especializada;

3.1.12. 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;

3.1.13. 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;

3.1.14. 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 dois dias úteis;

3.1.15. Responsabilizar-se integralmente pelos danos causados, direta ou indiretamente, à CONTRATANTE ou a terceiros, em decorrência da prestação dos serviços, objeto deste Contrato;

3.1.16. Utilizar as idéias concedidas em função deste compromisso e executá-las somente em propaganda autorizada pela CONTRATANTE;

3.1.17. Elaborar as mídias dos veículos de comunicação de acordo com as tabelas de preços vigentes, submetendo-se à devida aprovação;

3.1.18. Responsabilizar-se pelo pagamento dos serviços prestados por terceiros, não cabendo à CONTRATANTE qualquer obrigação sobre os pagamentos devidos pela CONTRATADA a terceiros;

3.1.19. Entregar os serviços solicitados, indicados na ordem de fornecimento (enviadas via e-mail, fac-símile ou expressa), ao fiscal designado pelo Município de Maracajá;

3.1.20. 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 no órgão da CONTRATANTE que o requisitou;

3.1.21. Comunicar por escrito à CONTRATANTE, toda e qualquer anormalidade relacionada com os serviços, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas, contados da ocorrência;

3.1.22. Cumprir os seguintes prazos na execução dos serviços:

a) 10 (dez) dias para entrega de Criação de campanhas e 3 (três) dias para criação de peças avulsas;

b) 5 (cinco) dias para entrega de orçamentos de Produção;

c) 2 (dois) dias para entrega de planilha de Veiculação de peças avulsas;

d) 15 (quinze) dias para planejamento de mídia de campanha;

3.1.22.1. Os prazos dos serviços não previstos neste item serão definidos de comum acordo entre as partes, em consonância com os prazos praticados no mercado.

CLÁUSULA QUARTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE



4.1. Constituem obrigações da CONTRATANTE, dentre outras inerentes ou decorrentes deste Contrato:

4.1.1. Solicitar o fornecimento dos produtos/ serviços constantes no objeto deste contrato mediante a expedição de autorização;

4.1.2. Prestar todos os esclarecimentos que se fizerem necessários, para a perfeita execução dos serviços;

4.1.3. Permitir acesso dos empregados e representantes da CONTRATADA às suas dependências para promover reuniões com os interlocutores responsáveis pela gestão da comunicação e para entrega de serviços e produtos;

4.1.4. Comunicar à CONTRATADA qualquer irregularidade constatada no fornecimento e/ou solicitar a troca dos produtos/serviços que não atenderem às especificações contratadas;

4.1.5. Dar o recebimento dos serviços e materiais, mediante pessoa capacitada

4.1.6. Efetuar o pagamento dos serviços e materiais objeto deste contrato.

CLÁUSULA QUINTA – ACOMPANHAMENTO E FISCALIZAÇÃO

5.1. Durante a vigência deste contrato, a execução do objeto será acompanhada e fiscalizada pela Diretoria de Comunicação do Município de Maracajá ou por representantes da CONTRATANTE, devidamente designados.

5.2. A CONTRATADA deve manter o preposto, aceito pela CONTRATANTE, durante o período de vigência deste contrato.

5.3. A atestação de conformidade dos serviços e produtos caberá aos interlocutores designados pela CONTRATANTE.

5.4. A Contratante realizará, a qualquer tempo, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação propostos pela Contratada, da diversidade de serviços prestados e benefícios advindos da política de preços praticada.

5.5. A avaliação será considerada pela Contratante para:

a) fins de solicitação de melhoria na qualidade dos serviços prestados pela Contratada.

b) decidir sobre a conveniência de renovar ou, a qualquer tempo, rescindir o contrato a ser firmado.

c) fornecer, quando for solicitado, declarações sobre o desempenho da Contratada como prova de capacitação técnica em licitações.

CLÁUSULA SEXTA – VALOR DO CONTRATO

6.1. A previsão orçamentária para execução dos serviços objeto deste contrato é de **R\$ 270.000,00 – Sendo R\$ 200.000,00 destinado a PREFEITURA DE MARACAJÁ, E R\$70.000,00 para o FUNDO MUNICIPAL DE SAÚDE.**

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.

CLÁUSULA SÉTIMA – PREÇO DOS SERVIÇOS

7.1 Conforme proposta apresentada no transcorrer do processo licitatório, a CONTRATADA será remunerada da seguinte forma;

7.1.1. Para os serviços que serão executados pelo pessoal e/ou com recursos próprios da Agência (custos internos, sem envolvimento de terceiros), a mesma será remunerada de acordo com a Tabela Referencial de Preços N.º. 41, do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Santa Catarina, considerando sobre os referidos valores o **desconto** de_%.

7.1.2. **Honorários** de ___ % (____por cento), incidentes sobre os preços de serviços de terceiros especializados referentes ao planejamento e a execução de peças, campanhas ou ação publicitária, pertinentes à execução do contrato;

7.1.3. **Honorários especiais** de ___ % (____por cento), incidentes sobre os preços de serviços de terceiros cobrados da Prefeitura Municipal de Maracajá, quando a responsabilidade da CONTRATADA limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento sobre o valor respectivo.

7.1.4. Comissão de veiculação referente ao 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.

7.1.5. Os preços dos serviços previstos no item 7.1.1 poderão reajustados após dozes meses,



contados da data limite para apresentação das propostas de preços, com base no Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas.

CLÁUSULA OITAVA – DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

8.3. Os recursos para execução do contrato estão assegurados e previstos no orçamento do exercício de 2023 nas seguintes dotações:

2004 3390 (16);

2013 3390 (47);

2046 3390 (58);

2026 3390 (90);

2004 3390 (16) - R\$ 200.000,00 (PMM)

2062 3390 (05) - R\$ 70.000,00 (FMS)

CLÁUSULA NONA – DAS CONDIÇÕES DA REMUNERAÇÃO E PRAZOS DE PAGAMENTO

9.1. 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:

9.2. 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.

9.3. 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.

9.4. As despesas decorrentes da execução contratual serão pagas da seguinte forma:

9.4.1. As despesas serão pagas à contratada de acordo com a execução do contrato, no tocante aos custos internos da agência, serviços e suprimentos externos, honorários e comissão de veiculação proveniente do desconto concedido pelo veículo de comunicação, após o aceite dos serviços executados;

9.4.2. As despesas relativas a fornecedores e veículos, acompanhadas de toda a documentação exigidas, serão encaminhadas à CONTRANTE, via agência, e serão pagas diretamente pela CONTRANTE.

9.4.3. Os documentos que comprovam a execução dos serviços, acompanhados dos documentos fiscais hábeis, serão entregues à Prefeitura Municipal de Maracajá, para que se manifeste sobre o aceite no prazo de cinco dias úteis a contar da data de protocolo.

9.4.4. Os pagamentos serão efetuados no prazo de até 15 (quinze) dias a contar da data do aceite, salvo quanto aos serviços prestados pelos veículos de comunicação, que deverão ser pagos em até 10 (dez) dias a contar da data do aceite.

9.5. Ao realizar os pagamentos das despesas, a Prefeitura Municipal de Maracajá fará as retenções de tributos previstas na legislação.

9.6. Os documentos de cobrança (notas fiscais, faturas), deverão conter:

- a) número do contrato;
- b) local e descrição detalhada dos serviços executados de prestação dos serviços;
- c) data do vencimento;
- d) informações para o pagamento: carteira, documento de crédito, depósito bancário, cobrança bancária, etc..

9.7. As compensações financeiras contratuais, por eventuais atrasos nos pagamentos, poderão



ser aplicadas, desde que não contrarie a legislação.

9.8. Caso ocorra atraso na apresentação dos documentos de cobrança, o prazo de pagamento começará a contar apenas após a entrega dos documentos, sem que caiba qualquer reajuste adicional.

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

CLÁUSULA DÉCIMA – PRAZOS DE VIGÊNCIA E DE EXECUÇÃO

10.1. O presente Contrato vigorará a partir da data de sua assinatura, permanecendo vigente até o cumprimento das obrigações das partes.

10.2. O prazo de execução e vigência dos serviços será de **12 (doze) meses**, a iniciar-se na data da assinatura do contrato, podendo ser prorrogado na forma da lei até o limite de 60 (sessenta) meses. O presente contrato poderá sofrer alterações na forma estabelecida na Seção III - Da Alteração dos Contratos - Capítulo III, da Lei Nº. 8.666/93.

CLAUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DOS CASOS DE RESCISÃO E SANÇÕES

11.1. A inexecução total ou parcial do contrato ensejará os procedimentos e conseqüências previstas na Seção V - Da Inexecução e da Rescisão dos Contratos -Capítulo III, da Lei Nº. 8.666/93.

11.2. Estará sujeita à aplicação de sanções administrativas, mediante processo em que será garantido o direito prévio da citação e da ampla defesa, a licitante que:

- a) convocada dentro do prazo de validade de sua proposta, não celebrar o contrato.
- b) deixar de entregar a documentação exigida para a licitação;
- c) apresentar documentação falsa;
- d) ensejar o retardamento da execução do certame;
- e) não mantiver a proposta, durante o prazo de sua validade;
- f) falhar ou fraudar na execução do objeto;
- g) comportar-se de modo inidôneo;
- h) cometer fraude fiscal.

11.3. A recusa em assinar o instrumento de contrato caracteriza desistência da prestação dos serviços e sujeitará a adjudicatária ao pagamento de multa conforme o neste edital.

11.4. Pela prática das condutas descritas nesta seção, o Município de Maracajá poderá aplicar as seguintes sanções, garantida prévia e ampla defesa:

- a) advertência;
- b) pagamento de multa, nos termos da minuta de contrato anexa;
- c) suspensão temporária do direito de participar de licitações e impedimento de contratar com a Prefeitura Municipal de Maracajá pelo prazo de até 2 (dois) anos;
- d) declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública enquanto perdurarem os motivos da punição ou até que seja promovida a reabilitação pela Prefeitura Municipal de Maracajá.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

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

12.1.1. 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.

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



12.1.3. 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.

12.2. 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.

12.3. O material e as idéias utilizadas na publicidade, bem como os direitos autorais patrimoniais relativos, aqui compreendidos o de usar e dispor desses, pertencerão exclusivamente à CONTRATANTE, 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.

12.4. 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.

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

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DO FORO

13.1. Fica eleito o foro da Cidade de Araranguá - SC, para dirimir quaisquer dúvidas ou litígios decorrentes da execução do presente contrato, com expressa renúncia de qualquer outro, pormais privilegiado que seja.

E, por estarem justos e contratados, as partes assinam o presente instrumento, em 02 (duas) vias de igual teor e forma, para que possa produzir os devidos efeitos legais.

Maracajá - SC, XX de XXXXXXXXX de 20XX.

MUNICIPIO DE MARACAJA
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
Prefeito Municipal

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
CONTRATADA

1ª TESTEMUNHA
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
CPF n. XXXXXXXXXXXX

2ª TESTEMUNHA
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX



ANEXO V
(PAPEL TIMBRADO DA LICITANTE)

" M O D E L O "

RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA
C.N.P.J.
ENDEREÇO

**DECLARAÇÃO DE CUMPRIMENTO DO DISPOSTO NO INCISO XXXIII DO ARTIGO 7º DA
CONSTITUIÇÃO FEDERAL DE 1988**

Para fins de participação, no Edital de TOMADA DE PREÇOS Nº. 38/2023, em cumprimento com o que determina o Art. 27, Inciso V, da Lei Nº. 8.666/93, declaramos para todos os fins de direito, que a nossa empresa não possui empregado menores de 18 anos em jornada noturna, ou em locais insalubres ou perigosos; não possui em seus quadros empregados menores de 16 anos, salvo na condição de aprendiz, a partir dos 14 anos.

Por ser expressão da verdade, firmamos a presente declaração.

_____, de _____ de 2023

.....
Carimbo da empresa e identificação gráfica e assinatura devidamente identificadas do representante legal da empresa licitante.



ANEXO VI
(PAPEL TIMBRADO DA LICITANTE)

" M O D E L O "

RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA
C.N.P.J.
ENDEREÇO

DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATO IMPEDITIVO

Para fins de participação, no Edital de TOMADA DE PREÇOS Nº. 38/2023, declaramos para todos os fins de direito, que a nossa empresa não foi declarada inidônea em nenhum órgão público, Federal, Estadual ou Municipal, e nem esta suspensão de participar de licitação no MUNICÍPIO DE MARACAJÁ -SC, nos termos do Artigo 32 - Parágrafo 2º, da Lei Federal Nº. 8.666/93 e alterações subsequentes.

Por ser expressão da verdade, firmamos a presente declaração.

_____, de _____ de 2023

.....
Carimbo da empresa e identificação gráfica e assinatura devidamente identificada do representante legal da empresa licitante.



ANEXO VII
(PAPEL TIMBRADO DA LICITANTE)
DECLARAÇÃO DE SUJEIÇÃO AOS TERMOS DO EDITAL

Referência: Tomada de Preços Nº. 38/2023

DECLARO, sob as penas da Lei, que esta licitante _____ Inscrita

- Fornecerá toda e qualquer documentação complementar que lhe for solicitada.
- Autoriza a XXX a proceder quaisquer diligências junto as instalações da empresa bemcomo a sua contabilidade.
- Assume inteira responsabilidade pela entrega dos serviços/materiais se **sujeitointegralmente a todas as condições e exigências do presente Edital.**
- Responderá pela veracidade das informações constantes da documentação da PropostaApresentada.
- Garante a Proposta pelo prazo mínimo de 60 (sessenta) dias, a contar da data aberturado envelope de Nº. 05.

Assim sendo, para fins que se fizer necessário de direito, e por possuir poderes legais para tanto,firmo a presente.

_____, _____ de _____ de 2023

.....
Carimbo da empresa e identificação gráfica e assinatura devidamente identificada do representante legal da empresa licitante.