



AVISO DE COTAÇÃO DE PREÇOS 275/2022

O Município de Tianguá, através do Setor de Compras, Cotação de Preços e Cadastro de Prestadores de Serviços e Fornecedores torna público para conhecimento de interessados, que estará recebendo, em até 05 (cinco) dias a partir desta publicação, cotações de preços para **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE UMA AGÊNCIA DE PROPAGANDA PELO PERÍODO DE 12 (DOZE) MESES, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIACÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA, A COMPRA DE MÍDIA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE, COM O INTUITO DE ATENDER AO PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE E AO DIREITO À INFORMAÇÃO, DE DIFUNDIR IDEIAS, PRINCÍPIOS, INICIATIVAS OU INSTITUIÇÕES OU DE INFORMAR O PÚBLICO EM GERAL, EM CONFORMIDADE COM A LEI FEDERAL Nº 12.232/2010, APLICANDO-SE SUBSIDIARIAMENTE AS LEIS FEDERAIS Nº 8.666/1993 E Nº 4.680/1965.** Tianguá-CE, 26 de dezembro de 2022. Joelson Max da Silva Amaral – Encarregado do Setor de Compras.

MODELO DE PROPOSTA A SER APRESENTADA

PAPEL TIMBRADO DA EMPRESA (a proposta de preços deverá vir com o papel timbrado da empresa).

À PREFEITURA MUNICIPAL DE TIANGUA

Interessado: Secretaria Municipal de Finanças

Ao: Setor de Compras

EMPRESA:	
CNPJ:	
TELEFONE:	
CIDADE/ BAIRRO:	
ENDEREÇO:	
TELEFONE/E-MAIL:	

ITEM	ESPECIFICAÇÃO	UND.	VALOR ESTIMADO (R\$)	DESCONTO EM % SOBRE O VALOR DOS SERVIÇOS
01	Contratação de serviços de publicidade de uma agência de propaganda pelo período de 12 (doze) meses, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a	Serviço	200.000,00	



	execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar O público em geral, em conformidade com a Lei Federal Nº 12.232/2010, aplicando-se subsidiariamente as Leis Federais Nº 8.666/1993 e Nº 4.680/1965.			
--	---	--	--	--

Importa o presente orçamento no valor total de R\$ _____ por extenso
(_____).

Todas as despesas dos serviços deverão ser consideradas, tais como fretes, disponibilização de softwares, seguros, contribuições sociais e demais despesas com pessoal e outras que possam incidir, bem como taxa de administração, lucro etc.

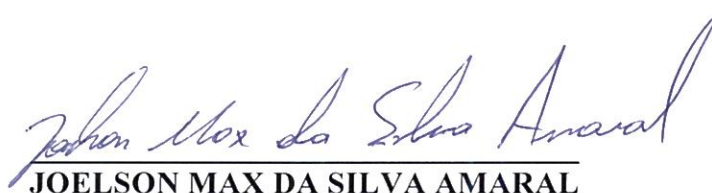
Prazo de início dos serviços: 02 dias após a ordem de serviços.
Validade da proposta: 60 (sessenta) dias.

Local e data, _____ de _____ de 2022.

Assinatura

OBS: Mais informações poderão ser obtidas através do Setor de Compras da Prefeitura Municipal de Tianguá pelo e-mail: compras@tiangua.ce.gov.br e Fone: (88) 3671-2288.

Tianguá-CE, 26 de dezembro de 2022.


JOELSON MAX DA SILVA AMARAL

Divisão de Cadastro de Fornecedores, Prestadores de Serviços e Cotação de Preços



PROJETO BÁSICO

Regido pela Lei Federal nº 12.232/2010, aplicando-se subsidiariamente as Leis Federais nº 8.666/1993 e Nº 4.680/1965, legislação complementar em vigor, Leis nº 123/2006 e nº 147/2014.

1. OBJETO: Contratação de serviços de publicidade de uma agência de propaganda pelo período de 12 (doze) meses, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar O público em geral, em conformidade com a Lei Federal Nº 12.232/2010, aplicando-se subsidiariamente as Leis Federais Nº 8.666/1993 e Nº 4.680/1965.

1.1.1 Integram ainda o objeto, as atividades complementares, como os serviços especializados pertinentes:

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;
- b) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada;
- c) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.
- d) o acompanhamento e orientação da comunicação institucional, assessoria e gerenciamento permanente de comunicação e marketing da Autarquia de Segurança, Trânsito e Transporte.

1.1.1.1 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 1.1.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada à inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.1.2 É vedado incluir outros serviços não previstos no subitem 1.1.1, em especial as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.1.2.1 Não se inclui no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação.

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

1.2.1 Os serviços objeto da presente CONCORRÊNCIA serão contratados com a agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de atendimento, nos termos do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

1.2.2 A agência atuará por ordem e conta da ANUNCIANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.1.1, e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.2.3 A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 1.

1.3. CONTRATANTE –AUTARQUIA DE SEGURANÇA, TRÂNSITO E TRANSPORTE

2. JUSTIFICATIVA:

Para cumprir o preceito legal de garantir ampla publicidade dos atos do Poder Público, Autarquia de Segurança, Trânsito e Transporte do Municipal de Tianguá, precisa contar com a parceria de uma agência de publicidade que contribua para a qualificação da sua comunicação institucional e de serviços. A divulgação das ações da Autarquia é necessária e indispensável para o acompanhamento e controle social da atividade pública no Município.

A comunicação publicitária dos serviços públicos e ações da Autarquia municipal é uma necessidade que se manifesta na rotina da comunidade, mas também em momentos que exigem a mobilização dos cidadãos. A boa comunicação aproxima a Autarquia da comunidade, permitindo a identificação das reais demandas sociais e a escolha acertada de prioridades. Para tanto, deve ser pensada e trabalhada como um esforço de mão dupla que permite a cada segmento da gestão da Autarquia informar e se informar com a comunidade.

O objetivo da contratação de serviços publicitários é atender, portanto, à necessidade contínua de dar identidade às ações do poder público e divulgar de forma direta os serviços oferecidos, mantendo a comunidade informada das atividades. Caberá à agência de Publicidade a criação de campanhas e peças publicitárias e de propaganda e a escolha dos veículos mais adequados para sua difusão, entre outras ações que visem compatibilizar os valores do poder público com o município. A comunicação publicitária deverá ter articulação sincronizada com as ações promovidas pela Autarquia de Tianguá, assim como aquelas desenvolvidas pelos governos estadual e federal cujo foco será o município. As campanhas publicitárias deverão ter caráter educacional, mobilizador e também de valorização dos serviços e do patrimônio público.

3. CONCEITOS:

Considerando que a comunicação publicitária é estratégica para a consolidação de um novo modelo de gestão pública, onde a informação é elemento fundamental na construção de uma nova realidade, o trabalho a ser proposto para a Autarquia de Segurança, Trânsito e Transporte do Municipal de Tianguá deverá ater-se aos três seguintes conceitos:

- **Transparência** – Em tempos de democracia, é obrigação das administrações públicas prestar contas com a comunidade. Além do valor ético, existem mecanismos legais que cobram transparência dos administradores. Com uma gestão transparente, a administração ganha a confiança e credibilidade da população – construindo uma relação sólida de parceria, fundamental para o desenvolvimento.
- **Marketing Público** – A divulgação de ações desenvolvidas funciona como uma estratégia de gestão. Se projetos em andamento não são divulgados, abre-se a possibilidade da população não tirar deles o melhor proveito e, assim, as ações não surtirem o efeito desejado.
- **Visão de Futuro** – Uma determinada administração não deve limitar-se ao mandato pois é preciso cultivar, entre os gestores e junto à população, a ideia de um desenvolvimento sólido. A publicidade é um instrumento estratégico da administração pública que favorece a mobilização da sociedade em torno de grandes temas de interesse do município.

4. TIPOS DE PUBLICIDADE: Apresentados os conceitos, a comunicação publicitária da Autarquia de Segurança, Trânsito e Transporte Municipal de Tianguá deve estar orientada pelas seguintes premissas:

Publicidade Institucional

Deverá ser feita, com o objetivo de divulgar informações sobre atos, obras e programas do Município, e principalmente sobre a aplicação do recurso público, de forma mais transparente possível, sempre prestando contas a população dos recursos públicos Municipais e quais as metas e resultados obtidos.



- **Unidade e Integração** – a comunicação publicitária deverá ser homogênea e integrada entre todos os órgãos pertencentes a Autarquia, evitando desperdícios de esforços e recursos de propaganda e mantendo a unidade da imagem da Autarquia.
- **Consolidação da Imagem** – o conceito administrativo da Autarquia deverá ser inserido através da marca gráfica e de sua complementação conceitual, quando houver, em todas as peças e campanhas publicitárias.
- **Prestação de Contas** – a população deve ser sempre informada, de forma clara e transparente, de todos os esforços empreendidos pela Autarquia na realização de obras e ações administrativas executadas ou a executar, voltadas a atender ao desenvolvimento da população de Tianguá.
- **Parceria** – a comunicação publicitária deve priorizar ações que estimulem a integração com cidadãos, profissionais, instituições, programas e eventos, visando a melhoria da qualidade de vida idealizada pela Autarquia municipal.

Publicidade de Utilidade Pública

- a) Disseminar informações de interesse público sobre trânsito, transporte e segurança patrimonial, cidadania e transporte alternativo municipal;
- b) promover a educação para o trânsito através de comunicação digital e uso das mídias sociais;
- c) Promover a difusão dos direitos e deveres do cidadão e dos serviços colocados a sua disposição visando ampliar o seu papel como instrumento de inclusão social;
- d) Divulgar a realização de ações educativas, de serviços, de utilidade pública e institucionais;
- e) garantir a mobilidade e acessibilidade com segurança e qualidade através da disseminação de informações sobre bloqueios, sinalizações, acidentes, etc. por meio da comunicação digital.
- f) promover o exercício da cidadania, a participação e a comunicação com a sociedade.

Deverá ser feita com a divulgação de campanhas preventivas, educativas e informativas de interesse público, tais como; vacinação infantil; dengue; matrícula escolar; combate à evasão escolar; valorização do servidor público; preservação do meio ambiente; preservação do patrimônio público, devendo ser realizada como parte da conquista das melhorias sociais traçadas pela Autarquia, transmitindo mensagens que possam auxiliar no desenvolvimento comunitário e individual, melhorando a qualidade de vida da população, devendo:

- Vincular-se a objetivos sociais de inquestionável interesse público, sempre assumindo caráter educativo, informativo ou de orientação social;
- conter sempre um comando, que oriente a população a adotar um comportamento e uma promessa de benefício, individual ou coletivo, que possa vir a ser cobrado pelo cidadão;
- expressar-se com objetividade e clareza;
- utilizar linguagem de fácil entendimento pelo cidadão.

Publicidade Mercadológica

Deverá ter como foco o Município e suas potencialidades para executar e acompanhar as ações do município relativas à segurança dos bens, serviços e instalações, transporte e trânsito, buscando proporcionar segurança com urbanidade e cidadania, controle do trânsito em todas as modalidades, estacionamentos, movimentação de cargas e circulação de pessoas e veículos, motorizados ou não, em todo o território do município de Tianguá.





Entre as principais campanhas a serem desenvolvidas para a Autarquia de Tianguá estão as campanhas que deverão ter um posicionamento que possam demonstrar o compromisso do órgão em realizar o trabalho com zelo, a proteção do cidadão, a modernidade e inovação para solução de problemas, o diálogo e respeito entre a sociedade e o órgão, a transparência nas ações e a educação para o exercício da cidadania. Com destaque para:

- a) Fortalecer a marca ASTT;
- b) Posicionar a marca como inovadora, jovem, criativa, responsável e aberta ao diálogo;
- c) Ampliar a divulgação de ações e trabalhos;
- d) Destacar serviços realizados e facilitar o acesso da população ao órgão;
- e) Mostrar ao cidadão Tianguaense de forma didática e criativa a importância de boas práticas, da responsabilidade nas ações individuais e em sociedade e conscientizar sobre seus direitos e deveres;
- f) Buscar a fortalecimento de uma identidade marcante, demonstrando o trabalho, a força e o respeito de quem faz a ASTT, dando visibilidade ao trabalho dos Guardas Municipais e dos Agentes de Trânsito e Transporte.
- g) Demonstrar que o trabalho da ASTT proporciona melhorias significantes na vida da população e protege todos os Tianguaenses.
- h) Datas comemorativas; campanhas de utilidade pública; campanha de prestação do patrimônio entre outras.

5. ORÇAMENTO BÁSICO: A verba publicitária, disponibilizada para o presente projeto, será de **RS 200.000,00 (DUZENTOS MIL REAIS)**, na sua totalidade.

6. ORIGEM DOS RECURSOS: Os recursos serão Recurso Próprio.

AUTARQUIA DE SEGURANÇA, TRÂNSITO E TRANSPORTE	VALOR PARA PERÍODO DE 12 (DOZE) MESES
SUPERINTENDÊNCIA DE TRÂNSITO	100.000,00
GUARDA CIVIL MUNICIPAL	100.000,00
TOTAL:	RS 200.000,00 (DUZENTOS MIL REAIS)

7. PAGAMENTOS

Os pagamentos serão realizados por campanha, peça executada ou ação desenvolvida, em acordo com a planilha de cada um

O presente Projeto Básico tem como finalidade nortear a contratação de uma Agência de Publicidade para prestar serviços no Município de Tianguá, por um período de 12 (doze) meses, e foi feito de acordo com as informações prestadas pela Autarquia do Município de Tianguá.

- Cuidar da imagem da Autarquia de Tianguá;
- Fortalecer a credibilidade da Autarquia;



- Promover a interatividade entre a Autarquia e o público;
- Divulgar as ações e propósitos da Autarquia, e dos seus órgãos pertencentes
- Integrar iniciativas a linguagem e as iniciativas de comunicação dos vários segmentos da gestão municipal;
- Contribuir para o desenvolvimento da responsabilidade sócio-ambiental;
- Contribuir para a educação de jovens e crianças para a cidadania;
- Posicionar o Município como agente do desenvolvimento social e econômico;
- Cumprir a obrigação legal do Poder Público de informar seus atos;
- Educar e conscientizar para preservação do patrimônio público.

8. VIGÊNCIA DO CONTRATO: O contrato produzirá seus jurídicos e legais efeitos a partir data de sua assinatura e vigorá pelo prazo de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado caso seja permitido pelo artigo 57 da Lei Federal nº 8.666/93.

9. DISPOSIÇÕES FINAIS:

9.1. Este projeto básico visa atender as exigências legais para o procedimento licitatório na modalidade Concorrência do Tipo Técnica e Preço, constando todas as condições necessárias e suficientes, ficando proibido por este termo exigir cláusulas ou condições que comprometam, restrinjam, ou frustrem o caráter competitivo e estabeleçam preferências ou destinações em razão de naturalidade dos licitantes ou de qualquer outra circunstância impertinente ou irrelevante para sua especificação.

9.2. Reproduza-se este projeto básico na minuta do edital e no edital.

Tianguá-Ce, 20 de Dezembro de 2022.

CÂNDIDO JOSÉ MAGALHÃES DE MELO
PRESIDENTE DA ASTT