



TERMO DE REFERÊNCIA – TR

Termo de Referência fundamentado no DFD nº. 141/2026 e seu Estudo Técnico.

1. OBJETO GERAL

Contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade relativos ao planejamento, estudo, pesquisa, criação, produção, distribuição de materiais publicitários à veiculação e controle de resultados de campanhas publicitárias e institucionais, atos oficiais de caráter educativo e informativo que sejam de interesse do Município de Balneário Rincão/SC, por meio da Administração Municipal, Samae, Fundo Municipal de Saúde (FMS) e Câmara Municipal, conforme estabelece a Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010.

2. FORMALIZAÇÃO DA CONTRATAÇÃO

Registro de Preço	<input checked="" type="checkbox"/>	Termo Contratual	<input type="checkbox"/>	Outro
-------------------	-------------------------------------	------------------	--------------------------	-------

3. ANEXOS DO TERMO DE REFERÊNCIA

<input checked="" type="checkbox"/>	DFD	<input type="checkbox"/>	Matriz de risco	<input type="checkbox"/>	Projeto Básico
<input checked="" type="checkbox"/>	ETP	<input type="checkbox"/>	Memorial Descritivo	<input type="checkbox"/>	Projeto Executivo
<input type="checkbox"/>	Planilha orçamentária	<input type="checkbox"/>	Anteprojeto	<input checked="" type="checkbox"/>	Outros

4. NATUREZA DO OBJETO

<input type="checkbox"/>	Material de consumo	<input type="checkbox"/>	Equipamento/Material Permanente
<input checked="" type="checkbox"/>	Serviço continuado	<input type="checkbox"/>	Serviço não continuado
<input type="checkbox"/>	Obra	<input type="checkbox"/>	Serviço de engenharia

5. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO

O objeto de contrato de serviços de publicidade está disciplinado pela Lei nº 12.232/2010 e encontra-se claramente definido no seu art. 2º. A solução a ser contratada atende plenamente às necessidades do Município de Balneário Rincão, sendo a publicidade uma das ferramentas de Comunicação Social, disposto no §1º do artigo 37 da Constituição Federal.

6. DESCRIÇÃO DETALHADA DO OBJETO

Contratação de empresa especializada (agência de publicidade e propaganda) para a prestação de serviços de publicidade, compreendendo: planejamento, estudo, pesquisa, criação, produção e distribuição de materiais publicitários à veiculação e controle de resultados de campanhas publicitárias e institucionais, visando executar, distribuir e divulgar atos oficiais, ações, campanhas e promoções realizadas pelos órgãos da Administração Pública do Município de Balneário Rincão, assim como da Câmara Municipal, de caráter social, orientativo, educativo e informativo, conforme estabelece a Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, e em conformidade com as especificações constantes no Edital e anexos.

Aplicam-se o Código de Ética dos Profissionais de Propaganda: NORMAS-PADRÃO – CENP. Os serviços publicitários objeto do presente Edital compreendem:

a) Estudo, planejamento, conceituação, concepção, consultoria, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, bem como a distribuição de

publicidade aos veículos e demais meios de divulgação;

b) Planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidos os materiais e ações publicitárias, ou sobre os resultados das campanhas realizadas;

c) A produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

d) A criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

A agência atuará por ordem e conta do Município de Balneário Rincão/Câmara Municipal, em conformidade com o art. 3º da Lei n.º 4.680/65, na contratação de:

a) Fornecedores de serviços de produção especializados ou não, necessários para a execução técnica das peças, campanhas, materiais e demais serviços conexos previstos no item 1.1, alíneas "a", "b" e "c";

b) Veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaços publicitários, sem qualquer restrição de mídia;

c) Os serviços publicitários, objeto da presente Concorrência, apenas serão contratados junto a agências 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.

As publicações de editais, balanços, contratos, atas, erratas, bem como todas as demais publicações com características de atos oficiais, legais e afins, exigíveis por força de lei específica, poderão ter sua veiculação contratada pelo Município de Balneário Rincão, isoladamente, junto aos veículos de comunicação, sem a intermediação da agência contratada, não sendo devidos à contratada quaisquer honorários ou créditos pertinentes a estas publicações.

A agência será REMUNERADA da seguinte forma:

O Município pagará os custos totais sobre a campanha elaborada e veiculada e/ou outras expressões que se fizer de direito, com base nos valores fixados pelo SINAPRO – Sindicato das Agências de Propaganda de Santa Catarina, vigentes na data da respectiva contratação, os valores relativos aos custos internos, previamente autorizados, sobre os trabalhos realizados por ela própria e por terceiros, sob sua responsabilidade, necessários à complementação das peças de divulgação.

Entende-se como terceiros as empresas especializadas na produção e nos serviços que complementam o trabalho das agências para conclusão do material a ser divulgado, cuja necessidade esteja clara na elaboração da peça, antes de sua aprovação e execução.

A comissão sobre a veiculação das peças desenvolvidas e veiculadas, a que a agência tem direito (Lei nº 4.680/65 de 18 de julho de 1965; Decreto nº 57.690/66, Cláusula 2, item 2,5 das Normas Padrão da Atividade Publicitária, em 16/12/1998), de responsabilidade do veículo, será retida pela agência, quando do repasse da campanha veiculada e por ela desenvolvida, nos vencimentos previstos nas autorizações de veiculação. O Município nada pagará por este serviço, cabendo à agência e ao veículo o entendimento sobre a questão.

A agência receberá ainda, quando houver, remuneração:

A) A contratada concederá, sobre os valores fixados na "Tabela do SINAPRO" – Sindicato das Agências de Propaganda de Santa Catarina, vigente a data da prestação dos serviços, referente aos custos internos, previamente autorizados, sobre os trabalhos realizados por ela própria e por terceiros sob sua responsabilidade, necessário a complementação das peças de divulgação, o desconto de 30% (trinta por cento);

B) A contratada receberá remuneração de 15% (quinze por cento) incidentes sobre os custos de produção realizada por terceiros, sob sua supervisão e decorrentes de estudo ou de criação intelectual desenvolvidos pela agência contratada;

C) A contratada receberá, ainda, remuneração de 10% (dez por cento) incidentes sobre os custos de produção realizada por terceiros, sob sua supervisão, quando a responsabilidade desta se limitar exclusivamente à contratação ou ao pagamento;

D) O desconto da agência corresponderá a 20% (vinte por cento) sobre os custos de veiculação, permitida a negociação de preços por parte do Município de Balneário Rincão diretamente com o veículo a ser utilizado pela licitante;

E) Não serão cobrados honorários de serviços de ajustamento de campanhas apresentadas para aprovação que necessitem de ajustes por constarem erros de responsabilidade da agência, ou discrepância com o briefing.

Os layouts reprovados ou não aproveitados não serão ressarcidos pelo Município.

A contratada não fará jus a honorários ou a qualquer remuneração sobre os custos de serviços realizados por terceiros referentes à produção de peças e materiais, cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

Despesas com deslocamento de profissionais da contratada ou de seus representantes serão de sua exclusiva responsabilidade, eventuais exceções, no exclusivo interesse da contratante, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela contratada, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela contratante.

A contratada não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto quando da utilização, pela contratante, de créditos e bonificações que a esta tenham sido eventualmente concedidos, direta ou indiretamente, por veículos de divulgação.

Para o cumprimento do disposto do contrato, a contratante fixará previamente o teto para cada serviço a ser criado, produzido, ficando a contratada obrigada a desenvolver e executar os trabalhos de forma que não exceda o valor limite devidamente estipulado e autorizado pela contratante.

Para as veiculações em mídias digitais (Facebook, Instagram, Google e outros) a contratada disponibilizará um valor previamente determinado pelo Município, mensalmente ou conforme demanda do contratante, para habilitar as veiculações durante o período. Ao término do período, o Município encaminhará à contratada o relatório das veiculações nas redes sociais para emissão de nota fiscal e posterior pagamento à agência.

A contratada se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os preços fixados pelo SINAPRO – Sindicato de Propaganda de Santa Catarina, e os preços correspondentes a serem cobrados do Município, em conformidade com a tabela do SINAPRO.

6.1. ITENS DE CONTRATAÇÃO

Item	Especificação	Unid/Medida	Quantidade
01	Contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade relativos ao planejamento, estudo, pesquisa, criação, produção, distribuição de materiais publicitários à veiculação e controle de resultados de campanhas publicitárias e institucionais, atos oficiais de caráter educativo e informativo que sejam de interesse do Município de Balneário Rincão/SC, por meio da Administração Municipal, Samae, Fundo Municipal de Saúde (FMS) e Câmara Municipal, conforme estabelece a Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010.	Serviço	01

7. ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

Valor total da contratação:	R\$ 2.100.000,00 (dois milhões e cem mil reais). R\$ 1.050.000,00 (PMBR), R\$ 262.500,00 (FMS), R\$ 437.500,00 (SAMAe) e R\$ 350.000,00 (Câmara).
Dotação Orçamentaria	PMBR (22) - 2006.3390.3988 - 1.500.7000 FMS (13) - 2029.3390.3988 - 1.500.1002 SAMAe (09) 2033.3390.3988 - 1.753.7000 CAMARA – (03) 2001.3390.3390.3988 - 1.500.7000.5000

8. HABILITAÇÃO 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, ou na entidade equivalente 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 de que o licitante possui ou possuirá, na data da execução contratual, profissional de nível superior ou outro devidamente reconhecido pelo sindicato da classe, na forma dos artigos 6º e seguintes da Lei Federal nº 4.680/65.

A comprovação poderá ser realizada mediante:

I – Apresentação de cópia da carteira profissional, ficha cadastral do profissional na empresa e diploma de graduação; ou

II – Declaração de contratação futura do profissional, acompanhada de declaração de anuência do mesmo, comprometendo-se a integrar a equipe técnica da licitante em caso de contratação.

d.1) A comprovação do vínculo, também poderá ser feita mediante a apresentação de contrato social, no caso de sócio, administrador ou diretor, ou por ficha de empregado acompanhado da carteira de trabalho, no caso de funcionário, ou ainda, mediante qualquer meio de prova que demonstre o vínculo do profissional com a empresa concorrente.

9. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO

Prazo de execução/entrega:	Contados da data do recebimento da Ordem de Fornecimento, enviadas por e-mail, aplicativos de conversa eletrônicos ou forma expressa, os prazos para a entrega dos serviços solicitados pela Secretaria de Administração e Finanças, ficarão assim distribuídos: a) 10 (dez) dias para entrega da criação; b) 05 (cinco) dias para entrega da produção; c) 02 (dois) dias para entrega da veiculação; d) 15 (quinze) dias para planejamento; e) 06 (seis) para outros serviços.
Local de execução/entrega:	Determinado pelo setor responsável.
Frequência e periodicidade da execução/entrega:	Conforme solicitação.
Prazo para reposição do objeto em caso de irregularidade:	O objeto irregular deverá ser refeito em 48 horas.
Prazo de vigência do contrato ou da ata de registro de preços:	12 meses, prorrogável na forma da lei.
Garantia e/ou condições de manutenção e assistência técnica:	Não se aplica.
Condições de pagamento e/ou medição:	Até 30 dias após a data de emissão da Nota Fiscal.

Obrigações da contratada:

A) Executar todos os serviços constantes do objeto deste Instrumento Convocatório, na forma do Projeto Básico (Briefing);

B) Envidar no sentido de obter, para o Município de Balneário Rincão, 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;

C) Assessorar o Município, no sentido de obter o melhor rendimento possível do Plano de Propaganda e Promoção;

D) Distribuir e fiscalizar a divulgação dos anúncios de que for incumbida;

E) Submeter previamente ao Município, para aprovação, todo o preço de veiculação de publicidade que demandar criação e produção;

F) Submeter à aprovação prévia do Município, todo e qualquer custo que ultrapasse a uma margem de tolerância das campanhas aprovadas;

G) 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;

H) 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;

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

J) Efetuar, sempre, a cotação de preços para os serviços de terceiros, apresentando, no mínimo, 03 (três) propostas alternativas, indicando aquela mais adequada para a execução dos serviços a serem contratados ou justificando a impossibilidade de assim proceder;

K) A critério do Município, a mesma poderá apresentar outras cotações a serem incluídas junto às realizadas pela contratada, visando ampliar o número de propostas alternativas;

<p>L) 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;</p> <p>M) Operar como uma organização completa e independente, fornecendo serviços de comprovada qualidade e mão-de-obra necessária especializada;</p> <p>N) 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;</p> <p>O) Manter, por escrito, todos os entendimentos sobre os serviços com o Município, ressalvados os verbais determinados pela urgência que deverão, todavia, ser confirmados por escrito, dentro de 24 (vinte e quatro) horas úteis;</p> <p>P) Utilizar as ideias concedidas em função deste compromisso e executá-las somente em propaganda autorizada pelo Município;</p> <p>Q) Elaborar as mídias dos veículos de comunicação de acordo com as tabelas de preços vigentes, submetendo-se à devida aprovação;</p> <p>R) Responsabilizar-se pelo pagamento dos serviços prestados por terceiros, não cabendo ao Município qualquer obrigação sobre os pagamentos devidos pela contratada a terceiros;</p> <p>S) Entregar os serviços solicitados, indicados na ordem de fornecimento (enviadas via e-mail ou expressa), à Diretoria de Comunicação;</p> <p>T) Fornecer os materiais ou serviços, à medida da necessidade do Município, nos prazos estabelecidos, de acordo com a Solicitação de Fornecimento;</p> <p>U) Responsabilizar-se pelo cumprimento das normas, códigos de conduta e legislações em vigor;</p> <p>W) Arcar com todas as despesas referentes a custos com materiais, mão-de-obra e equipamentos necessários aos serviços;</p> <p>X) Comunicar por escrito ao Município, toda e qualquer anormalidade relacionada com os serviços, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas, contados da ocorrência;</p> <p>Y) Aceitar auditoria nos seus controles e documentação fiscal, referente a este contrato, por parte do órgão responsável do Município;</p> <p>Z) Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 05 (cinco) anos após a extinção do contrato.</p>	
Previsão de subcontratação:	Fica permitida a subcontratação nos limites previstos na legislação vigente.
Previsão de reajuste e revisão de preços:	Seguirá os valores praticados na tabela SINAPRO, sofrendo apenas as atualizações desta.

10. MODELO DE GESTÃO E FISCALIZAÇÃO

A gestão e fiscalização seguirá o modelo pré-definido no Decreto Municipal nº. 003/2024. Será de competência do fiscal receber e fiscalizar o objeto, garantindo sua devida execução, bem como, será de responsabilidade do gestor acionar os meios pertinentes, quando necessário, para garantir o recebimento de seus créditos, devendo comunicar a autoridade competente quando convir.

11. FORMA DE JULGAMENTO E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO

Modalidade de Licitação:	Concorrência Presencial
Tipo de objeto:	Especial
Empreitada:	Não se aplica
Critério de julgamento:	Melhor técnica
Forma de julgamento:	Global
<p>Proposta Técnica: Deverá ser apresentada em 02 (duas vias), sendo que uma com a identificação da licitante e a outra sem qualquer marca, sinal ou palavra que possibilite identificação da proponente, sob pena de desclassificação (ART. 6º, INC. XII, DA Lei 12.232/10, no seguinte formato:</p> <p>a) A4 branco;</p> <p>b) espaço 02 (dois) entre as linhas;</p> <p>c) fonte "arial" tamanho 12 (doze);</p> <p>d) textos justificados;</p> <p>e) numeração em todas as páginas, no canto inferior direito;</p> <p>f) em caderno único com espiral na cor preta.</p>	
<p>PARTE 01 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA</p>	

A) Raciocínio Básico, apresentando o entendimento da empresa licitante em, no máximo 03 páginas, quanto às necessidades de comunicação do Município de Balneário Rincão, demonstrando-o através de seu raciocínio e compreensão aplicados à análise de campanha modelo solicitada no briefing.

B) Estratégia de Comunicação Publicitária, expondo o conceito e o partido temático em no máximo 03 páginas que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a comunicação para a campanha modelo definida no briefing, defendendo as suas opções.

C) Ideia Criativa, apresentando síntese da estratégia de comunicação publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, acompanhada de exemplos de peças que a corporifiquem objetivamente, apresentados sob forma de roteiros e textos, para a campanha modelo definida no briefing e suas implicações, sendo permitida a apresentação de layout, no tamanho A4.

D) Estratégia de Mídia, com indicação sintética das peças e dos veículos a serem utilizados, com plano simulado de distribuição de verba publicitária nos diversos meios de comunicação que a licitante definir em sua proposta, para a campanha modelo definida no briefing, com a utilização de 03 páginas, sendo permitidas tabelas anexas, não computadas no número de páginas.

PARTE 02 - REPERTÓRIO E SOLUÇÃO DE PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO

A) Repertório, sob a forma de texto que indique o desempenho da licitante na prestação de serviços a outros clientes do setor público e/ou privado, limitados a 03 (três) clientes, acompanhado da reprodução de, no mínimo, 01 (uma) peça por cliente, com as referidas fichas técnicas em que constem título, data ou período da veiculação e a indicação das praças que as exibiram, ou sua forma de aplicação.

B) Relatos de solução de problema de comunicação (*cases histories*), com apresentação de 02 (dois) relatos, sob forma de texto descritivo dos problemas enfrentados, referendados formalmente pelos respectivos clientes, mediante assinatura aposta nos próprios relatos. Os relatos visam embasar a avaliação no que concerne à resolução satisfatória de problemas apresentados.

Seleção da proposta:

A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de **120 (cento e vinte) pontos** e será apurada considerando as seguintes pontuações máximas de cada quesito:

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA: 100 (cem) pontos, divididos da seguinte forma:

- a) Raciocínio Básico: **30 (trinta) pontos**;
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária: **20 (vinte) pontos**;
- c) Ideia Criativa: **25 (vinte e cinco) pontos**;
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia: **25 (vinte e cinco) pontos**.

REPERTÓRIO E SOLUÇÃO DE PROBLEMAS E COMUNICAÇÃO

- a) Repertório: **10 (dez) pontos**;
- b) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: **10 (dez) pontos**.

Na apuração da nota, a Subcomissão Técnica avaliará a assiduidade e compreensão, nos moldes a seguir:

Raciocínio Básico:

- a) Das características do Município de Balneário Rincão e de suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- b) Da natureza, extensão e qualidades das relações da Administração do Executivo Municipal, que constituem seu público referencial;
- c) Do papel do Poder Executivo Municipal no atual contexto social, político e econômico.

Estratégia de Comunicação Publicitária:

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

Na avaliação da Ideia Criativa:

- a) Sua adequação aos objetivos estratégicos e de comunicação do Município de Balneário Rincão;
- b) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- c) A objetividade da forma sob a qual se apresenta;
- d) Sua pertinência à atividade do Município de Balneário Rincão;

e) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrarem os exemplos de peças apresentadas.

Estratégia de Mídia:

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

Repertório:

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

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.

Modo de disputa:	Fechado
Intervalo de lances:	Não se aplica

Balneário Rincão/SC, 22/05/2026.

Equipe de Planejamento
DAIANE REGINA AMÉRICO
DIRETORA DE COMUNICAÇÃO
4147

Equipe de Planejamento
EDUARDO DANIELSKI
CHEFE DE GABINETE
1220