



ESTADO DE SANTA CATARINA
P R E F E I T U R A D E G A S P A R
CNPJ 83.102.244/0001-02

PROCESSO ADMINISTRATIVO 53/2017
ADITIVO AO EDITAL
CONCORRÊNCIA Nº 01/2017

OBJETO RESUMIDO: PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA DO MUNICÍPIO DE GASPAR PARA ATENDER A SUPERINTENDÊNCIA DE COMUNICAÇÃO.

O MUNICÍPIO DE GASPAR, em conformidade com a legislação e normas pertinentes, torna público para conhecimento dos interessados, que o Edital de licitação sob a modalidade CONCORRÊNCIA, do tipo **Técnica e preço**, foi **ALTERADO**, dispondo no Portal Eletrônico do Município o presente ADITIVO na íntegra com as novas condições de sua realização.

1 DA JUSTIFICATIVA

- 1.1 Foi identificado pelo corpo técnico do Município que o Edital foi omissivo quanto ao número de laudas a serem apresentadas no Plano de Comunicação Publicitária;
- 1.2 Dessa forma para garantir a isonomia no processo e padronizar a apresentação das propostas assim justifica-se o presente Aditivo ao Edital.

2 DAS ALTERAÇÕES NO EDITAL

2.1 DO PREÂMBULO

2.1.1 Em vista das modificações ocorridas no Edital ficam ALTERADAS as datas de entrega e abertura dos envelopes a fim de garantir o prazo mínimo legal para formulação das propostas; conforme redação a seguir.

"Tipo de Licitação: Técnica e preço.

Forma de Julgamento: Global.

Forma de Fornecimento: Indireta - Empreitada por preço unitário.

Valor Esrimado da Licitação: R\$ 890.000,00 (oitocentos e noventa mil reais).

Regência: Lei 12.232/10, Lei nº 8.666/93 e legislação complementar.

Data e horário de apresentação dos envelopes: até às 9h do dia 25/05/2017.

Data e horário da abertura dos envelopes: dia 25/05/2017, às 09h30min.



ESTADO DE SANTA CATARINA
P R E F E I T U R A D E G A S P A R
CNPJ 83.102.244/0001-02

Local de apresentação e abertura dos envelopes: Departamento de Compras, situado na Rua São Pedro, 128, 2º andar, Centro (Edifício Edson Elias Wieser, ao lado da sede da Prefeitura), na cidade de Gaspar, Estado de Santa Catarina".

2.2 DAS ALTERAÇÕES NO ANEXO V - CONTEÚDO DA PROPOSTA TÉCNICA

2.2.1 Fica alterada a redação do Anexo V (Conteúdo da Proposta Técnica) do Edital, em especial o item 1, ficando a redação conforme disposto abaixo:

"PROCESSO ADMINISTRATIVO 53/2017

**EDITAL DE LICITAÇÃO
CONCORRÊNCIA Nº 01/2017**

ANEXO V

CONTEÚDO DA PROPOSTA TÉCNICA

1 PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

As Licitantes deverão apresentar os textos abaixo, elaborados a partir das informações do Briefing.

Deverão ser observadas as seguintes normas para apresentação do Plano de Comunicação Publicitária (itens 1.1 a 1.4):

- a) *Em papel A4, cor branca;*
- b) *Com espaçamento de 2,5 cm nas margens direita, esquerda, superior e inferior, a partir da borda;*
- c) *Sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes, com os itens que compõem o Plano de Comunicação Publicitária (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e não Mídia), iniciando sempre em páginas novas;*
- d) *Com textos justificados;*
- e) *Com espaçamento "simples" entre as linhas;*
- f) *Com texto em fonte "arial", tamanho 12 pontos, sem uso de negrito, itálico ou sublinhado;*
- g) *Com numeração em todas as páginas em algarismos arábicos no canto inferior direito da página;*
- h) *Em caderno único e com espiral na cor PRETA a esquerda;*
- i) *Sem identificação da licitante;*
- j) *Título, entre título, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;*
- k) *Será permitido pular uma linha no estabelecimento de um novo parágrafo.*

As especificações acima determinadas, aplicam-se, no que couber, ao quesito Ideia Criativa.

As tabelas, gráficos e planilhas da estratégia de mídia e não mídia poderão:

- a) *Ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos (art. 6º, inciso XI da Lei nº 12.232/10);*
- b) *Ser editados em cores;*
- c) *Ter qualquer formatação de margem;*
- d) *Ser apresentados em papel A3 dobrado.*



ESTADO DE SANTA CATARINA
PREFEITURA DE GASP
CNPJ 83.102.244/0001-02

1.1 *Raciocínio Básico – Texto com até 5 (cinco) laudas, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da CONTRATANTE, a compreensão da Licitante sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados. Deve conter a avaliação do papel de comunicação publicitária como instrumento de comunicação social utilizado pela CONTRATANTE, considerando a compreensão de suas atividades, de sua relação com seus diversos públicos e de sua dimensão social, política e econômica.*

1.2 *Estratégia de Comunicação Publicitária – Texto com até 5 (cinco) laudas, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio proposto e alcançar os resultados e metas de comunicação desejados pela CONTRATANTE e onde se definem os objetivos de comunicação e como as campanhas publicitárias apresentadas no item “Ideia Criativa” pretendem resolvê-los.*

1.3 *Ideia Criativa – Texto com até 3 (três) laudas apresentando a resposta criativa da Licitante aos desafios e metas por ele explicitados na “Estratégia de Comunicação Publicitária”, contendo os temas e os conceitos a serem desenvolvidos pela campanha publicitária baseada no Briefing; acompanhado de esboços (layouts, textos, roteiros e storyboards) de peças da campanha para cada meio de divulgação nela proposto pela LICITANTE. As peças da campanha destinadas à mídia impressa ou outras apresentações deverão ser apresentadas em pranchas com no máximo 42x30 cm (formato A3) e as peças eletrônicas em CD ou DVD ou Pen drive. Fica estabelecido o limite de três peças da campanha por meio (esboços, lay-outs, spots, storyboards etc). Essas peças de criação não fazem parte do limite estabelecido de texto, de 3 laudas, proposto neste item.*

1.4 *Estratégia de Mídia e Não Mídia – Texto com até 5 (cinco) laudas que a explicitará e justificará a estratégia e as táticas por ela sugeridas, em função da verba disponível para a campanha apresentada, incluindo seleção de meios e considerando a necessidade de atingir o público em geral; alternativas de mídias segmentadas; planilhas e quadro-resumo que identificarão as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação, em função da verba disponível para a campanha apresentada. As planilhas e quadro-resumo não fazem parte do limite estabelecido de cinco laudas para este item.*

[...]”.

3 DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

3.1 As demais cláusulas e condições do Edital e Anexos permanecem inalteradas.

3.2 O presente Aditivo é parte integrante do Edital, independentemente de transcrição.

Gaspar, 07 de abril de 2017.

DILENE JAHN MELLO
Secretária Municipal de Saúde

ERNESTO HOSTIN
Secretário Municipal de Assistência Social

JEAN ALEXANDRE DOS SANTOS
Secretário Municipal de Obras e Serviços Urbanos

ZILMA MÔNICA SANSÃO BENEVENUTTI
Secretária Municipal de Educação



ESTADO DE SANTA CATARINA
P R E F E I T U R A D E G A S P A R
CNPJ 83.102.244/0001-02

CARLOS ROBERTO PEREIRA
Secretário Municipal de Administração e Gestão
Secretário Municipal da Fazenda

PEDRO INÁCIO BORNHAUSEN
Chefe de Gabinete

CELSO DE OLIVEIRA
Secretário Municipal de Desenvolvimento Econômico e
Renda

ALEXANDRE GEVAERD
Secretario de Planejamento, Meio Ambiente e Defesa Civil

JOSÉ HILÁRIO MELATO
Diretor Presidente Serviço Autônomo Municipal de Água e
Esgoto – SAMAE

JOSÉ CARLOS DE CARVALHO JUNIOR
Diretor Presidente FME