

Proc. 338/20

Solicitação de Materiais / Serviços -

Requisição	Responsável	Data
04557/21	FÁBIO BONASSA	29/07/2021

Descrição

Contratação de serviços de publicidade específicos para orientação sobre a vacinação contra a covid-19

Poder PODER EXECUTIVO

Órgão SECRETARIA MUNICIPAL DE INFORMAÇÃO, COMUNICAÇÃO E EVENTOS

Sector Solicitante SEC. MUN. INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

Centro de Custo 100 SECRETARIA MUNICIPAL DE INFORMAÇÃO, COMUNICAÇÃO E EVENTOS

Placa

Observação

Em tempos de pandemia é obrigação da administração municipal, além de oferecer toda a estrutura para a vacinação dos munícipes, também desenvolver um plano de comunicação para que toda a população seja informada sobre onde, como e quando será vacinada, e conscientizar a todos que a vacinação é, segundo a ciência, a única maneira de vencermos a pandemia. Esta ação está embasada na lei federal 14.124 de 10 de março de 2021.

Item	Cód. Produto	Descrição do Produto	Unidade	Qtde	Valor Unit.	Total
Descrição Detalhada do Produto			Observação			
1	070.014.699	CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE ESPECÍFICO PARA ORIENTAÇÃO SOBRE VACINAÇÃO CONTRA COVID-19	SER	1,00	113.000,00	3.000,00
			Em tempos de pandemia é obrigação da administração municipal, além de oferecer toda a estrutura para a vacinação dos munícipes, também desenvolver um plano de comunicação para que toda a população seja informada sobre onde, como e quando será vacinada, e conscientizar a todos que a vacinação é, segundo a ciência, a única maneira de vencermos a pandemia. Esta ação está embasada na lei federal 14.124 de 10 de março de 2021.			

Total da Solicitação: 113.000,00

Secretário Requisitante

Fábio Bonassa

Secretário de
Informação e Comunicação

Setor de Compras

Secretário da Fazenda

TERMO DE REFERÊNCIA

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE ESPECÍFICOS PARA ORIENTAÇÃO SOBRE VACINAÇÃO CONTRA A COVID-19 E SOBRE O PLANO NACIONAL DE OPERACIONALIZAÇÃO DA VACINAÇÃO CONTRA A COVID 19

Lei n. 14.124 de 10 de março de 2021

I - INTRODUÇÃO

O presente Termo de Referência tem como objetivo demonstrar estarem atendidas as condições previstas na Lei Federal n. 14.124, de 10 de março de 2021, que dispõe sobre as medidas excepcionais relativas à aquisição de vacinas e de insumos e à contratação de bens e serviços de logística de tecnologia da informação e comunicação, de comunicação social e publicitária e de treinamentos destinados à vacinação contra a covid-19 e sobre o Plano Nacional de Operacionalização da Vacinação contra a Covid-19.

A Lei n. 14.124, de forma excepcional, autoriza a administração pública direta e indireta celebrar contratos com dispensa de licitação para a realização, dentre outros, de serviços publicitários necessários à implementação da vacinação contra a covid-19, impondo a necessária realização de processo administrativo que contenha os elementos técnicos referentes à escolha da opção de contratação e à justificativa do preço ajustado.

Nessas condições são estabelecidos (i) o objeto do contrato administrativo a ser firmado entre o Município de Garça e a agência de publicidade que vier a ser contratada para realização dos serviços publicitários; (ii) o prazo contratual, o valor e o processo de contratação; (iii) o ato que autoriza a contratação a contratação direta; (iv) a discriminação do local da prestação dos serviços; (v) as informações sobre eventuais aditivos contratuais.

II – OBJETO

Contratação excepcional de serviços de publicidade institucional/utilidade pública pelo Município de Garça, assim entendida, nos termos do artigo 2º da Lei 12.232/2010, 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 e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo específico de educar, informar e de orientar quanto à necessidade dos munícipes serem vacinados contra a covid-19 e na tomada de ações e de enfrentamento ao coronavírus quanto à



utilização de máscaras, não aglomeração, lavagem assídua das mãos, utilização de álcool gel e outras medidas recomendadas de acordo com o Plano Nacional de Operacionalização da Vacinação contra a Covid, bem como com os protocolos, determinações e recomendações do Governo do Estado de São Paulo e do Município de Garça nesse sentido.

Complementarmente a esses serviços, sempre com o mesmo objetivo específico acima destacado, também poderão ser incluídas atividades pertinentes, denominadas genericamente como "serviços externos especiais":

- a) ao planejamento e à 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 difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas;
- b) à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- c) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

III – JUSTIFICATIVA

O procedimento será regido pela Lei Federal n. 14.124/2021, complementado por disposições das Leis 12.232/2010, 8.666/93 e 4.680/65, destinado à orientação, informação e educação dos cidadãos do município sobre as medidas para enfrentamento da emergência de saúde pública, de importância internacional decorrente do coronavírus responsável pela atual pandemia.

A necessidade de pronto atendimento da situação excepcional decorrente do aumento substancial do contágio da população do município pelo coronavírus, inclusive com número grande de óbitos e a superlotação dos hospitais e postos de atendimento, exigem a orientação, informação e educação dos munícipes quanto aos cuidados em evitar o contágio e a necessidade de todos serem vacinados contra a covid-19.

O número de pessoas contaminadas neste município desde o início da pandemia já alcança o expressivo número de 5.537 e o número de óbitos é de 126, segundo boletim oficial da Secretaria Municipal da Saúde divulgado no dia 22 de julho de 2021.

A Organização Mundial de Saúde (OMS) apontou em seus estudos que a falta de informações ou sua falsidade despertam insegurança social e ajudam a disseminar informações falsas. A única forma para combater esse conteúdo falso ou deficiente é fornecer à população informações corretas, em canais de

credibilidade, o que justifica o Município de transmitir informações que tenham como fonte as instituições de saúde e demais organismos envolvidos em pesquisas e análises a respeito da situação da pandemia, com base científica.

A solução apresentada é a de informar e orientar a população através de campanhas de publicidade institucional/utilidade pública, sobre a prevenção dos riscos de contaminação e transmissão pelo novo coronavírus (COVID-19), bem assim a necessária vacinação, e demais instruções exaradas pelos órgãos e entidades locais, nacionais e internacionais competentes.

IV – PRAZO DE VIGÊNCIA DO CONTRATO ADMINISTRATIVO DE SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS E VERBA ESTIMADA

Devido a tais condições, justifica-se a contratação direta pelo período necessário de 180 (cento e oitenta) dias, com a possibilidade de aditamento do contrato para ampliar ou reduzir o período de prestação dos serviços publicitários institucionais/utilidade pública, assim como de majorar ou reduzir a verba publicitária destinada ao atendimento do objeto do contrato, dependendo da evolução da pandemia.

A verba estimada para atender a publicidade destinada exclusivamente para orientação, informação e educação da população do município, quanto ao enfrentamento da Covid-19 e quanto à necessidade de vacinação, para o período supra referido, é de R\$ 113.000,00 (cento e treze mil reais), podendo sofrer alterações, na forma referida no parágrafo acima.

V – DA SELEÇÃO DA AGÊNCIA DE PUBLICIDADE CONTRATADA

Não havendo atualmente contrato de prestação de serviços publicitários firmado pelo Município com qualquer agência de publicidade, será contratada 01 (uma) agência, entre as agências convidadas e as que apresentarem proposta técnica e de preço para atendimento do objeto do contrato.

A necessidade urgente das campanhas de publicidade institucional/utilidade pública de orientação, informação e educação da população deste município, relativamente ao combate ao coronavírus, impõe a necessidade de se lançar mão das prerrogativas estabelecidas pela lei 14.124 de 10 de março de 2021, para a dispensa de licitação, mas sem afastar a necessidade de processo administrativo contendo os elementos técnicos referentes à escolha da opção de contratação e à justificativa do preço ajustado.

Pomares

VI - PARTICIPAÇÃO DAS PROPONENTE

Para participarem, as agências de publicidade deverão encaminhar, para o e-mail arp@garca.sp.gov.br cópia digitalizada de documento que o credencia (procuração e/ou cópia do Contrato Social ou última alteração consolidada), juntamente com seu documento de identidade de fé pública.

As propostas com os documentos que as compõem, inclusive os documentos de habilitação, deverão ser entregues pessoalmente na **quarta-feira, dia 28 de julho de 2021, a partir das 09:30 h, no departamento de contratos e licitações, situado na Av. Dr. Raphael Paes de Barros, nº 129, centro, Garça/SP, na sala de reuniões da comissão de licitação**, em três envelopes distintos (relacionados abaixo), devidamente identificados com a denominação social da proponente, CNPJ, endereço, e-mail e telefone/whatsapp, numeração de cada envelope e seu conteúdo:

- **ENVELOPE N. 1 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO;**
- **ENVELOPE N. 2 - PROPOSTA TÉCNICA - RACIOCÍNIO BÁSICO, ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO, IDEIA CRIATIVA, ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO-MÍDIA E CAPACIDADE DE ATENDIMENTO;**
- **ENVELOPE N. 3 - PROPOSTA DE PREÇO.**

Poderão participar da proposição no atendimento do Município, para as campanhas especificamente destinadas à orientação, informação e educação da população contra a covid-19, as agências de publicidade que apresentarem os documentos comprobatórios e que:

- a) possuírem certificado de qualificação técnica fornecida pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.
- b) Apresentarem os requisitos quanto a qualificação jurídica conforme abaixo:
 - b.1) Registro Comercial, no caso de empresa individual (com prova de registro na Junta Comercial ou repartição correspondente);
 - b.2) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor (contrato inicial e suas alterações ou contrato social consolidado), devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos da eleição de seus administradores;
 - b.3) Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício;
- c) Apresentarem os requisitos de qualificação fiscal, econômica-financeira, e



declarações, conforme abaixo:

c.1) Prova de inscrição no CNPJ - Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas;

c.2) Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Estadual ou Municipal, se houver, relativo à sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e Compatível com o objeto contratual;

c.3) Prova de regularidade para com as Fazendas Federal (certidão conjunta negativa de débitos relativos a tributos federais, regularidade social e a dívida ativa da União), Estadual (certidão negativa de débitos inscritos na dívida ativa, apenas ICMS), se houver, e Municipal (apenas tributos mobiliários do domicílio ou sede do licitante), na forma da lei, aceitando-se também certidões positivas com efeitos de negativa;

c.4) Prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço(FGTS);

c.5) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação da respectiva certidão negativa (CNDT), dentro de sua validade, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, conforme Lei Federal 12440/11;

c.6) Certidão negativa de falência ou recuperações judiciais e extrajudiciais expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, datada de, no máximo, 90 (noventa) dias anteriores à data da apresentação (documento a ser confirmado online, junto ao órgão emissor que disponibilize esse serviço).

c.7) - Declaração da empresa licitante de que cumpre com o disposto no inciso XXXIII, artigo 7º, da Constituição Federal, no que diz respeito à proibição de trabalho noturno, perigoso ou insalubre, aos menores de dezoito anos e de qualquer trabalho a menores de dezesseis anos, salvo na condição de aprendizes, a partir de quatorze anos;

c.8) Declaração da Licitante, sob penas da Lei, assegurando a inexistência de impedimento legal para licitar ou contratar com a administração Pública Federal, Estadual ou Municipal.



- d) Apresentarem como Proposta Técnica o desenvolvimento de RACIOCÍNIO BÁSICO e ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO, no máximo em (04) quatro páginas, em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda; capa e contracapa em papel A4 branco; Conteúdo impresso em papel A4 branco; espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda; Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subseqüentes sem recuos; espaçamento 'simples' entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos; Alinhamento justificado do texto; texto e numeração de páginas em fonte 'Arial', cor 'automático', tamanho '12 pontos', estilo "normal", numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito; devidamente identificado o proponente com a denominação social, inscrição no CNPJ e representante legal, assinado na última folha pelo representante legal da proponente.
- e) O desenvolvimento do RACIOCÍNIO BÁSICO e da ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO para uma campanha simulada será sobre os 2 temas centrais: 1 - A importância da informação, orientação e educação da população quanto à necessidade de vacinação e enfrentamento contra a Covid-19; 2 - Ações da gestão que prepararam a cidade para o pós-pandemia: desenvolvimento econômico e social, investimento em saúde e em programas com visão de futuro.
- f) Apresentação de IDEIA CRIATIVA para atender sua proposta de ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO, com comentários sucintos sobre cada peça, com a apresentação de 05 (cinco) peças, sendo obrigatoriamente uma peça para TV (storyboard), uma para Rádio (roteiro ou monstro), um para Outdoor, um para Cartaz e um para Post para Redes Sociais. A peça criativa para rádio poderá ser apresentadas em pen drive ou CD. As peças criativas poderão compor o caderno referido no item "d" ou serem apresentadas soltas, dentro do envelope nº 2, e poderão ser impressas em qualquer tipo de papel, independente de sua gramatura e tamanho, e poderão ser dobrados.
- g) Apresentação simulação de Plano de Mídia para o período de 30 dias, no valor de R\$ 100.000,00 (cem mil reais) apenas contendo valores das mídias e da produção externa, dispensando-se integralmente qualquer remuneração/ressarcimento da agência, seja quanto aos Custos Internos (Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo), seja quanto a honorários sobre produção ou contratação de serviços especiais externos. A tabela dos veículos deverá ser a cheia, sem dedução do

Bonatti

desconto de agência. No caso de mídias digitais, deverão ser apresentados os valores médios cobrados no mercado. Deverão ser detalhados os custos de veiculação por tipo de mídia e de não mídia, bem como os custos de produção e de serviços especiais externos. A ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA deverá ser apresentada juntamente com o caderno único, referido no item "d" e não possui limite de páginas, e poderá ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos, ter qualquer tipo de formatação de margem.

- h) Apresentação da CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, a qual poderá ser constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará: 1 - Quantificação e qualificação dos profissionais que serão postos à disposição de maneira discriminada, por setor da licitante (atendimento, estudo e pesquisa, planejamento, criação, redação, produção gráfica, internet, redes sociais, mídia, etc.). - 2 - Sistemática de atendimento da licitante e as informações de marketing e de comunicação, auditoria de circulação e controle de mídia que serão colocadas à disposição da contratante. A capacidade de Atendimento deverá ser apresentada em caderno específico, e não se enquadra nas especificações da letra "d" deste item, e deverá ser inserido dentro do envelope nº 02. Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento
- i) Apresentação de percentuais de remuneração/ressarcimento sobre custos internos (criação e produção interna, de acordo com a Tabela Referencial de Custos Internos do SINAPRO SP), com desconto mínimo de 30% (trinta por cento) e de honorários sobre produção externa e serviços especiais externos, no percentual máximo de 15% (quinze por cento)
- j) As proponentes serão pontuadas pela PROPOSTA TÉCNICA, no máximo em 100 pontos, sendo:
- RACIOCÍNIO BÁSICO (máximo de 10 pontos),
 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO (máximo de 10 pontos),
 - IDEIA CRIATIVA (máximo de 30 pontos),
 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO-MÍDIA (máximo de 30 pontos),
 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO (Máximo de 20 pontos).
- k) As proponentes serão pontuadas pela PROPOSTA DE PREÇOS (Remuneração) no máximo em 100 pontos. Pela concessão de desconto sobre a Tabela Referencial de Custos internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO SP



(máximo 50 pontos) e honorários sobre produção externa e sobre serviços especiais externos (máximo 50 pontos).

A melhor proposta apresentada, de acordo com maior média ponderada entre PROPOSTA TÉCNICA E PROPOSTA DE PREÇO, será considerada vencedora.

A PROPOSTA TÉCNICA terá peso 65 e a PROPOSTA DE PREÇO peso 35, conforme fórmula abaixo.

$$PF = (NFPT \times 0,65) + (NFPP \times 0,35)$$

PF = Pontuação Final

NFPT = Pontuação Final relativa à Proposta Técnica

NFPP = Pontuação Final relativa à Proposta de preço

Na eventualidade de empate na média ponderada, será realizado sorteio para ser identificado o vencedor.

VII – APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS

1 - Os documentos de habilitação referidos no item VI, alíneas "a", "b" e "c" deverão ser apresentados inseridos dentro ENVELOPE N. 1, e deverão estar válidos na data limite para entrega do envelope, os quais poderão ser entregues em original; por qualquer processo de cópia autenticada por cartório competente (excluindo-se desta exigência os documentos emitidos pela Internet) ou por servidor desta Administração (neste último caso mediante a apresentação dos respectivos originais); ou, ainda, publicação em órgão de imprensa oficial, e deverá ser apresentada em 1 (uma) via de cada documento, os quais deverão estar, ordenados na mesma sequência em que estão solicitados, encadernados, colecionados ou acondicionados em pastas, rubricados e numerados sequencialmente, da primeira à última folha, e o final assinada pelo representante legal da proponente.

2. A PROPOSTA TÉCNICA, deverá ser apresentada no ENVELOPE Nº 2, o qual conterá 2 (dois) cadernos distintos:

- a) Um caderno que trata do **RACIOCÍNIO BÁSICO, ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO, IDEIA CRIATIVA, e ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO-MÍDIA**, em conformidade com as especificações das letras "D", "E", "F" e "G", do item VI;

- b) Um caderno que trata da **CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**, em conformidade com as especificações da letra "h" do item VI.

3. A PROPOSTA DE PREÇOS deverá ser apresentada no ENVELOPE Nº.3, adotando o modelo do anexo I.

A avaliação da proposta de preço será realizada com base nos descontos concedidos sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo e pelos honorários calculados sobre os serviços de produção externa e sobre os serviços especiais externos, nos limites estabelecidos no item VI, alínea "h" deste Termo de Referência, da seguinte forma:

- a) desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo:

PONTOS	DESCONTO SOBRE A TABELA DE CUSTO INTERNOS
50	De 50% ou acima de 50%
35	De 40% a 49%
20	De 30% a 39%
0	Abaixo de 30%

- b) percentual de honorários sobre produção e execução técnica externa, com a intermediação e supervisão da agência, de peças ou material e de serviços especiais externos

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
50	Até 10%
45	11%

Bonatti

35	12%
25	13%
15	14%
05	15%

Será considerada a melhor proposta de preço aquela que atingir as maiores pontuações através da fórmula abaixo:

NFPP= Nota final da Proposta de Preço

D1 – Pontuação aplicada ao Desconto sobre a Tabela de Custo Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo.

D2 - Pontuação aplicada ao percentual sobre honorários de produção externa e sobre serviços especiais externos.

$$\text{NFPP} = \frac{\text{D1} + \text{D2}}{2}$$

2

A agência contratada fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o artigo 11 da Lei n. 4.680/65 e artigo 11 do Decreto n. 57.690/66.

Todos os documentos, peças e propostas apresentados deverão ter a identificação do proponente, com a rubrica em todas as páginas e assinatura e identificação na última folha.

VIII – DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

As propostas serão julgadas pela Comissão Especial nomeada pela Prefeitura Municipal de Garça, com exceção da PROPOSTA TÉCNICA que será julgada por membros componentes da Subcomissão Técnica, nomeada pela Prefeitura Municipal, composta por profissionais formados ou com atuação em publicidade, marketing ou comunicação, tenham ou não vínculo com a Prefeitura Municipal.

Bonatti

O julgamento final das propostas será realizado pela Comissão Especial nomeada pela Prefeitura Municipal, que adotará o julgamento, avaliação e pontuação das Propostas Técnicas realizados pela Subcomissão Técnica e apurará a média ponderada entre as pontuações aplicadas à Proposta Técnica e à Proposta de Preços, com os pesos que lhes foram aplicados por este Termo de Referência.

A Comissão Especial também julgará o atendimento, pelas proponentes, quanto aos documentos de habilitação exigidos por este Termo de Referência e desclassificará qualquer das proponentes que não atender integralmente às suas disposições.

O resultado do julgamento final proferido pela Comissão Especial, abrangendo o julgamento da PROPOSTA TÉCNICA realizado pela Subcomissão Técnica será publicado na imprensa oficial e no site oficial da Prefeitura Municipal, cabendo recurso ao presidente da Comissão Permanente de Licitações no prazo de cinco dias úteis contados da publicação na imprensa oficial e ou no site oficial da Prefeitura Municipal (de acordo com o artigo 8º. da Lei 12.527/2011 - Lei de Acesso a Informações), que não terá efeito suspensivo.

IX – CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS

A contratada prestará os serviços contratados, a partir de sua sede ou filial, mas com a condição de manter permanente, no município de contratante, profissional de atendimento, que fará a interface entre o Município e a contratada, para a execução integral dos serviços através de suas equipes de profissionais de planejamento, mídia, criação, pesquisa e outras.

Deverá a contratada contar, no atendimento do Município, com profissionais das diversas áreas, tais como atendimento, criação, produção impressa, eletrônica e de design e mídia.

Para a contratação de serviços especiais externos, a agência deverá atender o disposto no artigo 14 da Lei 12.232/2010, obtendo, previamente, no mínimo três orçamentos de serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, para decisão pelo Município, quanto ao fornecedor externo a ser contratado.

Toda e qualquer realização de serviços a serem executados para atender o objeto do contrato deverão ser previamente solicitados e autorizados pelo gestor do contrato administrativo, sendo que o pagamento devido só será



realizado após a liquidação/atesto dos serviços prestados e aprovados pelo Município.

X – ESTIMATIVA DE CUSTOS

O Município estima o custo com a contratação, englobando os serviços de criação pela agência de publicidade contratada, bem como pelos custos de produção externa, dos serviços especiais externos e de veiculação, o valor de R\$ 113.000,00 (cento e treze mil reais), que serão despendidos, mas não obrigatoriamente, pelo período de vigência do contrato, levando em consideração a estimativa dos custos com veiculação através de veículos de comunicação regionais e produção externa de serviços especiais.

Por se tratar de serviços de publicidade, disciplinados pela Lei 4.680/65 e pelo Decreto n. 57.690/66, bem como pela Lei 12.232/2010, que serão prestados à medida das necessidades e conveniências a critério do Município, não se sabe quais serão os trabalhos a serem realizados durante a vigência do contrato e, conseqüentemente, seus custos.

XI – ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de 2021 tem adequação orçamentária e financeira com a lei orçamentária anual na seguinte cotação orçamentária:

- funcional programática 02.18.01 – 24.131.0002.2097.0000 publicidade e propaganda, 3.3.90.39 outros serviços de terceiros – pessoa jurídica.

Fábio Bonassa

Secretário Municipal de Informação, Comunicação e Eventos

ANEXO I
MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO

Razão Social da PROPONENTE:		
Endereço:		
CEP:	Fone:	Fax:
e-mail:	CNPJ:	Inscrição Municipal :

OBJETO: Serviços publicitários específicos para orientação da população sobre vacinação contra a Covid-19 e orientação para enfrentamento da pandemia do coronavírus, a serem realizados conforme Termo de Referência.

A presente proposta é válida por ____ (_____) dias*, a contar de sua apresentação. (*no mínimo 90 dias)

- 1) Declaramos que, na vigência do contrato decorrente da contratação direta de serviços publicitários, nos termos da Lei 14.124, de 10 de março de 2021, promovida pela Prefeitura Municipal de, serão cobradas as seguintes remunerações:
 - a) Desconto a ser concedido à Prefeitura Municipal de sobre os custos internos, baseados na tabela referencial de custos internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo.....%(, por cento);
 - b) Honorários de% (.....por cento) sobre serviços externos de produção e outros, incumbidos a terceiros, com a intermediação e sob supervisão da agência e sobre serviços especiais externos.

Declaramo-nos cientes de que a Prefeitura Municipal de procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

Declaramos que comprometemos em envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de

Bonatti

serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à PREFEITURA as vantagens obtidas.

LOCAL:	DATA:
Nome do REPRESENTANTE:	
RG:	CPF:
Assinatura do REPRESENTANTE:	

Observação: a proposta de preço deverá ser elaborada em papel timbrado da proponente e assinada por seu representante, cuja competência para prática deste ato deverá ser documentalmente comprovada.


Fabio Bonassa
Secretário de
Informação e Comunicação





Presidência da República
Secretaria-Geral
Subchefia para Assuntos Jurídicos

LEI Nº 14.124, DE 10 DE MARÇO DE 2021

Dispõe sobre as medidas excepcionais relativas à aquisição de vacinas e de insumos e à contratação de bens e serviços de logística, de tecnologia da informação e comunicação, de comunicação social e publicitária e de treinamentos destinados à vacinação contra a covid-19 e sobre o Plano Nacional de Operacionalização da Vacinação contra a Covid-19.

Conversão da Medida Provisória nº 1.026, de 2020

Ver mais...

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre as medidas excepcionais relativas à aquisição de vacinas e de insumos e à contratação de bens e serviços de logística, de tecnologia da informação e comunicação, de comunicação social e publicitária e de treinamentos destinados à vacinação contra a covid-19 e sobre o Plano Nacional de Operacionalização da Vacinação contra a Covid-19.

Art. 2º Fica a administração pública direta e indireta autorizada a celebrar contratos ou outros instrumentos congêneres, com dispensa de licitação, para:

I - a aquisição de vacinas e de insumos destinados à vacinação contra a covid-19, inclusive antes do registro sanitário ou da autorização temporária de uso emergencial; e

II - a contratação de bens e serviços de logística, de tecnologia da informação e comunicação, de comunicação social e publicitária, de treinamentos e de outros bens e serviços necessários à implementação da vacinação contra a covid-19.

§ 1º A dispensa da realização de licitação para a celebração de contratos ou de instrumentos congêneres de que trata o caput deste artigo não afasta a necessidade de processo administrativo que contenha os elementos técnicos referentes à escolha da opção de contratação e à justificativa do preço ajustado.

§ 2º Serão conferidas ampla transparência e publicidade a todas as aquisições ou contratações realizadas nos termos desta Lei, no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, contado da data da realização do ato, em sítio oficial na internet, observados, no que couber, os requisitos previstos no § 3º do art. 8º da Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011 (Lei de Acesso à Informação), no qual serão divulgados:

I - o nome do contratado e o número de sua inscrição na Secretaria Especial da Receita Federal do Brasil do Ministério da Economia ou identificador congênere no caso de empresa estrangeira que não funcione no País;

II - o prazo contratual, o valor e o respectivo processo de aquisição ou de contratação;

III - o ato que autoriza a contratação direta ou o extrato decorrente do contrato;

IV - a discriminação do bem adquirido ou do serviço contratado e o local de entrega ou de prestação do serviço;

V - o valor global do contrato, as parcelas do objeto, os montantes pagos e o saldo disponível ou bloqueado, caso exista;

VI - as informações sobre eventuais aditivos contratuais;

VII - a quantidade entregue ou prestada em cada ente federativo durante a execução do contrato, nas contratações de bens e serviços; e

VIII - as atas de registros de preços das quais a contratação se origine, se houver.

§ 3º Fica autorizada a contratação de fornecedor exclusivo de bem ou serviço de que trata esta Lei, inclusive no caso da existência de sanção de impedimento ou de suspensão para celebração de contrato com o poder público.

§ 4º Na hipótese de que trata o § 3º deste artigo, é obrigatória a prestação de garantia nas modalidades previstas no art. 56 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993 (Lei de Licitações e Contratos), que não poderá exceder 10% (dez por cento) do valor do contrato.

§ 5º Na hipótese de dispensa de licitação a que se refere o caput deste artigo, quando se tratar de compra ou de contratação por mais de um órgão ou entidade, poderá ser utilizado o sistema de registro de preços previsto no inciso II do caput do art. 15 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993 (Lei de Licitações e Contratos).

§ 6º Nas situações abrangidas pelo § 5º deste artigo, o ente federativo poderá aplicar o regulamento federal relativo ao sistema de registro de preços, caso não tenha editado regulamento próprio.

§ 7º O órgão ou a entidade gerenciadora da compra estabelecerá prazo de 2 (dois) a 8 (oito) dias úteis, contado da data de divulgação da intenção de registro de preço, para que outros órgãos e entidades manifestem interesse em participar do sistema de registro de preços realizado nos termos dos §§ 5º e 6º deste artigo.

§ 8º Nas contratações realizadas a partir de 30 (trinta) dias da assinatura da ata de registro de preços, a estimativa de preços será atualizada para verificar se os preços registrados permanecem compatíveis com os praticados no âmbito dos órgãos e das entidades da administração pública direta e indireta, promovendo-se, se for o caso, o reequilíbrio econômico-financeiro do contrato.

Art. 3º Nas dispensas de licitação decorrentes do disposto nesta Lei, presumem-se comprovadas:

I - a ocorrência de situação de emergência em saúde pública de importância nacional decorrente do coronavírus responsável pela covid-19 (SARS-CoV-2);

II - a necessidade de pronto atendimento à situação de emergência em saúde pública de importância nacional decorrente do coronavírus responsável pela covid-19 (SARS-CoV-2).

Art. 4º Nas aquisições e nas contratações de que trata esta Lei, não será exigida a elaboração de estudos preliminares quando se tratar de bens e serviços comuns.

Art. 5º Será obrigatória a previsão de matriz de alocação de risco entre o contratante e o contratado na hipótese de aquisições e de contratos acima de R\$ 200.000.000,00 (duzentos milhões de reais).

Parágrafo único. Em contrato cujo valor seja inferior ao previsto no caput deste artigo, o gerenciamento de riscos da contratação poderá ser exigido somente durante a gestão do contrato.

Art. 6º Nas aquisições ou nas contratações de que trata esta Lei, será admitida a apresentação de termo de referência simplificado ou de projeto básico simplificado.

§ 1º O termo de referência simplificado ou o projeto básico simplificado referidos no caput deste artigo conterão:

I - declaração do objeto;

II - fundamentação simplificada da contratação;

III - descrição resumida da solução apresentada;

IV - requisitos da contratação;

V - critérios de medição e de pagamento;

VI - estimativa de preços obtida por meio de, no mínimo, um dos seguintes parâmetros:

a) Portal de Compras do Governo Federal;

b) pesquisa publicada em mídia especializada;

c) sítios na internet especializados ou de domínio amplo;

d) contratações similares de outros entes públicos; ou

e) pesquisa realizada com os potenciais fornecedores; e

VII - adequação orçamentária.

§ 2º Excepcionalmente, mediante justificativa da autoridade competente, poderá ser dispensada a estimativa de preços de que trata o inciso VI do § 1º deste artigo.

§ 3º Os preços obtidos a partir da estimativa de preços de que trata o inciso VI do § 1º deste artigo não impedem a contratação pelo poder público por valores superiores decorrentes de oscilações ocasionadas pela variação de preços, desde que observadas as seguintes condições:

I - negociação prévia com os demais fornecedores, de acordo com a ordem de classificação, para obtenção de condições mais vantajosas; e

II - fundamentação, nos autos do processo administrativo da contratação correspondente, da variação de preços praticados no mercado por motivo superveniente.

Art. 7º Na hipótese de haver restrição de fornecedores ou de prestadores de serviço, a autoridade competente, excepcionalmente e mediante justificativa, poderá dispensar o cumprimento de um ou mais requisitos de habilitação, ressalvados a exigência de apresentação de prova de regularidade trabalhista e o cumprimento do disposto no inciso XXXIII do caput do art. 7º e no § 3º do art. 195 da Constituição Federal.

Art. 8º Nos casos de licitação na modalidade pregão, eletrônico ou presencial, cujo objeto seja a aquisição ou a contratação de que trata esta Lei, os prazos serão reduzidos pela metade.

§ 1º Quando o prazo original de que trata o caput deste artigo for número ímpar, este será arredondado para o número inteiro antecedente.

§ 2º Os recursos interpostos contra os procedimentos licitatórios de que trata esta Lei não terão efeito suspensivo, somente terão o efeito devolutivo.

§ 3º Nos procedimentos licitatórios de que trata o caput deste artigo, fica dispensada a realização da audiência pública a que se refere o art. 39 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993 (Lei de Licitações e Contratos).

§ 4º As licitações de que trata o caput deste artigo, realizadas por meio de sistema de registro de preços, serão consideradas compras nacionais e observarão o disposto em ato editado pelo Poder Executivo federal, observado o prazo estabelecido no § 7º do art. 2º desta Lei.

Art. 9º Para os contratos celebrados nos termos desta Lei, a administração pública direta e indireta poderá estabelecer cláusula com previsão de que os contratados ficam obrigados a aceitar, nas mesmas condições contratuais iniciais, acréscimos ou supressões ao objeto contratado limitados a até 50% (cinquenta por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

Art. 10. Os órgãos e as entidades da administração pública federal ficam autorizados a aderir à ata de registro de preços gerenciada por órgão ou entidade estadual, distrital ou municipal em procedimentos realizados nos termos desta Lei, até o limite, por órgão ou entidade, de 50% (cinquenta por cento) dos quantitativos dos itens constantes do instrumento convocatório e registrados na ata de registro de preços para o órgão gerenciador e para os órgãos participantes.

Parágrafo único. As contratações decorrentes de adesão à ata de registro de preços de que trata o caput deste artigo não poderão exceder, na totalidade, o dobro do quantitativo de cada item registrado na ata de registro de preços para o órgão gerenciador e para os órgãos participantes, independentemente do número de órgãos não participantes que aderirem à ata.

Art. 11. Os órgãos de controle interno e externo priorizarão a análise e a manifestação quanto à legalidade, à legitimidade e à economicidade das despesas decorrentes das aquisições ou das contratações realizadas com fundamento nesta Lei.

Art. 12. O contrato ou o instrumento congênere para aquisição ou fornecimento de vacinas contra a covid-19, firmado antes ou após o registro ou a autorização de uso emergencial concedidos pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), poderá estabelecer as seguintes cláusulas especiais, desde que representem condição indispensável para obter o bem ou para assegurar a prestação do serviço:

I - eventual pagamento antecipado, inclusive com a possibilidade de perda do valor antecipado;

II - hipóteses de não imposição de penalidade à contratada; e

III - outras condições indispensáveis, devidamente fundamentadas.

§ 1º Quanto às cláusulas dos contratos e dos instrumentos de que trata o caput deste artigo, aplica-se, no que couber, o disposto na Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993 (Lei de Licitações e Contratos).

§ 2º As cláusulas de que trata o caput deste artigo são excepcionais e caberá ao gestor:

I - comprovar que são indispensáveis para a obtenção do bem ou serviço; e

II - justificar a sua previsão.

§ 3º A perda do valor antecipado e a não imposição de penalidade de que tratam os incisos I e II do caput deste artigo não serão aplicáveis em caso de fraude, de dolo ou de culpa exclusiva do fornecedor ou do contratado.

§ 4º Os contratos de que trata este artigo poderão ter, caso exigido pelo contratado, cláusulas de confidencialidade.

§ 5º Na hipótese prevista no inciso I do caput deste artigo, a administração pública deverá:

I - prever a antecipação de pagamento em edital ou em instrumento formal de adjudicação direta; e

II - exigir a devolução integral do valor antecipado na hipótese de inexecução do objeto, atualizado monetariamente pela variação acumulada do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), ou índice que venha a substituí-lo, desde a data do pagamento da antecipação até a data da devolução, exceto na hipótese de perda do pagamento antecipado.

§ 6º Sem prejuízo do disposto no § 5º deste artigo, a administração pública deverá prever medidas de cautela aptas a reduzir o risco do inadimplemento contratual, tais como:

I - a comprovação da execução de parte ou de etapa inicial do objeto pelo contratado, para efetivação da antecipação do valor remanescente;

II - a prestação de garantia nas modalidades previstas no art. 56 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993 (Lei de Licitações e Contratos), de até 30% (trinta por cento) do valor do objeto;

III - a emissão de título de crédito pelo contratado;

IV - o acompanhamento da mercadoria, em qualquer momento do transporte, por representante da administração pública; e

V - a exigência de certificação do produto ou do fornecedor.

Art. 13. A aplicação das vacinas contra a covid-19 deverá observar o previsto no Plano Nacional de Operacionalização da Vacinação contra a Covid-19, ou naquele que vier a substituí-lo.

§ 1º O Plano Nacional de Operacionalização da Vacinação contra a Covid-19, de que trata o caput deste artigo, é o elaborado, atualizado e coordenado pelo Ministério da Saúde, disponível em sítio oficial na internet.

§ 2º A aplicação das vacinas de que trata o caput deste artigo somente ocorrerá após a autorização excepcional de importação, ou a autorização temporária de uso emergencial, ou o registro sanitário de vacinas concedidos pela Anvisa.

§ 3º Os Estados, os Municípios e o Distrito Federal ficam autorizados a adquirir, a distribuir e a aplicar as vacinas contra a covid-19 registradas, autorizadas para uso emergencial ou autorizadas excepcionalmente para importação, nos termos do art. 16 desta Lei, caso a União não realize as aquisições e a distribuição tempestiva de doses suficientes para a vacinação dos grupos previstos no Plano Nacional de Operacionalização da Vacinação contra a Covid-19.

Art. 14. A administração pública disponibilizará em sítio oficial na internet informações atualizadas a respeito do Plano Nacional de Operacionalização da Vacinação contra a Covid-19 e de sua execução, que deverão conter, no mínimo:

I - a relação do quantitativo de vacinas adquiridas, com indicação:

a) do laboratório de origem;

b) dos custos despendidos;

c) dos grupos elegíveis; e

d) da região onde ocorreu ou ocorrerá a imunização; e

II - os insumos, os bens e serviços de logística, a tecnologia da informação e comunicação, a comunicação social e publicitária e os treinamentos destinados à vacinação contra a covid-19.

Parágrafo único. Para fins do disposto no caput deste artigo, serão observados, no que couber, o disposto nas Leis nºs 12.527, de 18 de novembro de 2011 (Lei de Acesso à Informação), e 13.709, de 14 de agosto de 2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais).

Art. 15. Os estabelecimentos de saúde, públicos e privados, deverão registrar diariamente e de forma individualizada, em sistema de informação disponibilizado pelo Ministério da Saúde, os dados referentes à aplicação das vacinas contra a covid-19 e a eventuais eventos adversos observados ou de que tiverem conhecimento.

Parágrafo único. Na hipótese de alimentação off-line do sistema de informação de que trata o caput deste artigo, será respeitado o prazo de 48 (quarenta e oito) horas para alimentação dos sistemas do Ministério da Saúde.

Art. 16. A Anvisa, conforme estabelecido em ato regulamentar próprio, oferecerá parecer sobre a autorização excepcional e temporária para a importação e a distribuição e a autorização para uso emergencial de quaisquer vacinas e medicamentos contra a covid-19, com estudos clínicos de fase 3 concluídos ou com os resultados provisórios de um ou mais estudos clínicos, além de materiais, equipamentos e insumos da área de saúde sujeitos à vigilância sanitária, que não possuam o registro sanitário definitivo na Anvisa e considerados essenciais para auxiliar no combate à covid-19, desde que registrados ou autorizados para uso emergencial por, no mínimo, uma das seguintes autoridades sanitárias estrangeiras e autorizados à distribuição em seus respectivos países:

I - Food and Drug Administration (FDA), dos Estados Unidos da América;

II - European Medicines Agency (EMA), da União Europeia;

III - Pharmaceuticals and Medical Devices Agency (PMDA), do Japão;

IV - National Medical Products Administration (NMPA), da República Popular da China;

V - Medicines and Healthcare Products Regulatory Agency (MHRA), do Reino Unido da Grã-Bretanha e Irlanda do Norte;

VI - Ministry of Health of the Russian Federation, da Federação da Rússia;

VII - Central Drugs Standard Control Organization (CDSCO), da República da Índia;

VIII - Korea Disease Control and Prevention Agency (KDCA), da República da Coreia;

IX - Health Canada (HC), do Canadá;

X - Therapeutic Goods Administration (TGA), da Comunidade da Austrália;

XI - Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT), da República Argentina;

XII - outras autoridades sanitárias estrangeiras com reconhecimento internacional e certificadas, com nível de maturidade IV, pela Organização Mundial da Saúde (OMS) ou pelo International Council for Harmonisation of Technical Requirements for Pharmaceuticals for Human Use - Conselho Internacional para Harmonização de Requisitos Técnicos para Registro de Medicamentos de Uso Humano (ICH) e pelo Pharmaceutical Inspection Co-operation Scheme - Esquema de Cooperação em Inspeção Farmacêutica (PIC/S).

§ 1º Compete à Anvisa a avaliação das solicitações de autorização de que trata o caput deste artigo e das solicitações de autorização para o uso emergencial e temporário de vacinas contra a covid-19, no prazo de até 7 (sete) dias úteis para a decisão final, dispensada a autorização de qualquer outro órgão da administração pública direta ou indireta para os produtos que especifica.

§ 2º Para fins do disposto no § 1º deste artigo, a Anvisa poderá requerer, fundamentadamente, a realização de diligências para complementação e esclarecimentos sobre os dados de qualidade, de eficácia e de segurança de vacinas contra a covid-19.

§ 3º O relatório técnico da avaliação das vacinas contra a covid-19, emitido ou publicado pelas autoridades sanitárias internacionais, deverá ser capaz de comprovar que a vacina atende aos padrões de qualidade, de eficácia e de segurança estabelecidos pela OMS ou pelo ICH e pelo PIC/S.

§ 4º Na ausência do relatório técnico de avaliação de uma autoridade sanitária internacional, conforme as condições previstas no § 3º deste artigo, o prazo de decisão da Anvisa será de até 30 (trinta) dias.

Art. 17. Até o término do Plano Nacional de Operacionalização da Vacinação contra a Covid-19, o receituário médico ou odontológico de medicamentos sujeitos a prescrição e de uso contínuo será válido.

Parágrafo único. O disposto no caput deste artigo não se aplica ao receituário de medicamentos sujeitos a controle sanitário especial, que seguirá as normas da Anvisa.

Art. 18. A fim de manter o acompanhamento da eficácia do Plano Nacional de Operacionalização da Vacinação contra a Covid-19, são obrigatórios a atualização dos sistemas disponibilizados pelo Ministério da Saúde e o compartilhamento entre órgãos e entidades da administração pública federal, estadual, distrital e municipal de dados essenciais à identificação de pessoas infectadas, em tratamento ambulatorial ou hospitalar ou com suspeita de infecção pelo coronavírus responsável pela covid-19 (SARS-CoV-2), observado o disposto na Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais).

Parágrafo único. A obrigação a que se refere o caput deste artigo estende-se às pessoas jurídicas de direito privado, quando os dados forem solicitados por autoridade sanitária.

Art. 19. O Ministro de Estado da Saúde editará as normas complementares necessárias à execução do disposto nesta Lei.

Art. 20. Esta Lei aplica-se aos atos praticados e aos contratos ou instrumentos congêneres firmados até 31 de julho de 2021, independentemente do seu prazo de execução ou de suas prorrogações.

Art. 21. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 10 de março de 2021; 200^o da Independência e 133^o da República.

JAIR MESSIAS BOLSONARO
André Luiz de Almeida Mendonça
Eduardo Pazuello
Wagner de Campos Rosário
Walter Souza Braga Netto
José Levi Mello do Amaral Júnior

Este texto não substitui o publicado no DOU de 10.3.2021 - Edição extra

SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

Sinapro

SÃO PAULO

**Valores
Referenciais
de Serviços
Internos**

Válidos a partir
de julho/2021

Diretoria

Triênio 2020 – 2023

Presidente:

Eduardo de Godoy Pereira Arroba Comunicação

Vice-Presidente:

Roberto Pereira Tourinho Dantas NBS Comunicação

Diretores:

Antônio Donizete Dudli	Dentsu Aegis Network Brazil
Geraldo Martins de Brito	DeBrito Propaganda
Paulo Cesar Ferrari	Octopus Comunicação
Ester Parreira de Miranda	House Criativa
Rino Ferrari Filho	Rino Com

Suplentes:

Gustavo Rafael Moreira Giudice	Propeg Comunicação
Guilherme Rabboni Junior	Aktuellmix

Conselho Fiscal:

Luiz Celso de Piratininga Figueiredo Junior	Adag Comunicação
Pedro Atilio Cesarino	Publicidade Archote
Luiz Augusto Teixeira Leite	Ogilvy Brasil
Cesar Augusto Massaioli	Portal Publicidade
Francisco Garcia Dias da Silva	Oliver Produções
Raul Audi Júnior	Audi Propaganda

Diretores Regionais:

Américo Rodrigues Barbosa	Ego Comunicação
Thiago Alves de Faria Pereira	Vergê Stúdio Comunicação
José Roberto de Lalibera	DLM Propaganda
Marcos César Baleeiro	Art Maker Publicidade
Rogério Teixeira de Almelda	Pontual Propaganda
Ronaldo Severino	Suno Comunicação

Car@s coleg@s do mercado publicitário,

Apresentamos a nova edição do documento "Valores Referenciais de Serviços Internos", considerando a principal referência para a precificação dos serviços realizados pelas agências de publicidade e propaganda.

Diante da nova realidade imposta pela pandemia, e por considerarmos que a indústria da comunicação irá se recuperar neste segundo semestre de 2021 e também no primeiro semestre de 2022, decidimos reajustar os valores nesta edição e acrescentar itens que a nova ordem comunicacional nos impõe, válida a partir de julho de 2021.

O documento é um dos vários serviços que o Sinapro-SP oferece para as agências sindicalizadas do Estado de São Paulo. Esperamos que essa iniciativa, desenvolvida com o apoio do Grupo de Trabalho do Sinapro-SP, continue atendendo às necessidades das agências e do mercado anunciante.

Aproveito para agradecer o seu apoio e reforçar o convite para que as agências não filiadas se juntem a nós, para enfrentarmos juntos os grandes desafios que estão por vir.

Atenciosamente,



Dudu Godoy
Presidente

Índice

● Diretoria	2
● Carta do Presidente	3
● Índice	4
● Planejamento (Estratégico e Live Marketing)	5
● Advertising (Campanhas Publicitárias – Anúncios)	8
● Branding (Marca – Logotipo – Identidade Visual)	11
● Mídia exterior (Out of Home)	14
● PDV e Sinalização (Peças Promocionais e Brindes)	16
● Materiais Gráficos (Produção Gráfica)	19
● Rádio – TV – Cinema (Produção Multimídia)	22
● Produção e Serviços Digitais	26
● Anexo I – Informações Adicionais	31



Planejamento

(Estratégico e Live Marketing)

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE MARCA

	PREÇO REFERÊNCIA
Investiga as diversas variáveis envolvidas no diagnóstico de problemas e oportunidades para as marcas, como o consumidor, concorrentes, negócio, cultura, pontos de contato, histórico da empresa, características dos produtos, etc. A partir daí, desenvolve estratégias de posicionamento, comunicação e tudo o que possa impactar a imagem e a experiência das pessoas com as marcas e seus produtos.	112.339,66

PLANEJAMENTO DE MÍDIA

	PREÇO REFERÊNCIA
Cobrado apenas quando não tem remuneração por parte do desconto-padrão de agência.	74.458,20

PLANEJAMENTO LIVE MARKETING

O Planejamento de Live Marketing abrange 4 áreas: Ação Promocional, Ativação, Evento/Convenção e Campanha de Incentivo. Cada qual com escopo e preço específico, discriminados a seguir.

Planejamento de Ação Promocional (Promoção Comercial) e Ativação

Por se tratar de matéria extremamente técnica, cabe ao planejamento alimentar a equipe de criação com estudos, pesquisas e históricos de mercado, buscando formas inéditas de engajamento e inovação e forma de mensuração de resultados. Apontar e avaliar todos os riscos legais além de indicar ou sugerir a melhor modalidade a ser utilizada na campanha, como sorteio, concurso, vale-brinde, self liquidated entre outras. No caso de ativação, avaliação do local, condições legais e logística são responsabilidade do planejamento.

Planejamento de Evento e Convenção

Cabe à equipe de planejamento analisar o briefing e entregar ao cliente um diagnóstico com solução através de pesquisas e expertise profissional. Desenvolver a melhor solução para o trabalho do ponto de vista conceitual, estratégico, criativo e lógico também são tarefas do planejamento.

PLANEJAMENTO LIVE MARKETING – (Continuação)

Planejamento de Campanha de Incentivo

Avalia o tipo de público para o qual a campanha será direcionada, definindo métricas de pontuação, recompensas e mensuração de resultados. Define o tipo de premiação que mais se adequa ao público, pertinência e aceitação com o objetivo de adesão e engajamento. Atua como facilitador entre as áreas da agência, gerando conteúdo para a criação definir conceito, tema e implantação.

ÁREAS DO LIVE MARKETING	PREÇO REFERÊNCIA
Planejamento de Ação Promocional	74.458,20
Planejamento de Ativação	57.487,25
Planejamento de Evento	86.285,00
Planejamento de Convenção	86.285,00
Planejamento de Campanha de Incentivo	94.015,60

REFAÇÃO - ADICIONAL MÍNIMO DE 40%. VALORES EM REAIS



Advertising

(Campanhas Publicitárias • Anúncios)

CRIAÇÃO DE CAMPANHA

PEÇA	TOTAL
Criação de tema / conceito de Campanha (key visual)	40.231,86

ANÚNCIO REVISTA

PEÇA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Página Dupla	8.908,68	3.900,43	12.809,11
1 Página	7.105,29	2.724,66	9.829,95
2/3 Página	5.680,78	2.454,03	8.134,81
1/2 Página	4.547,62	2.208,74	6.756,36
1/3 Página	3.632,11	1.983,03	5.615,14
Valor mínimo	2.319,30	1.613,37	3.932,67

ANÚNCIO JORNAL

PEÇA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Página Dupla	10.680,97	4.683,51	15.364,48
1 Página	8.530,96	3.275,11	11.806,08
Rouba Página	6.712,60	2.573,80	9.286,40
1/2 Página	6.416,65	2.545,01	8.961,65
1/3 Página	6.042,38	2.314,69	8.357,07
1/4 Página	5.432,04	2.083,22	7.515,26
Valor mínimo	4.692,72	1.791,87	6.484,59

ANÚNCIO PUBLICIDADE LEGAL / BALANÇO

PEÇA	TOTAL
Página Dupla	6.294,58
1 Página	4.211,36
Rouba Página ou 1/2 Página	3.311,97
Valor mínimo	2.518,52

REFAÇÃO - ADICIONAL MÍNIMO DE 40% VALORES EM REAIS

GRAVAÇÃO E TRANSMISSÃO DE MATERIAIS

REVISTA/JORNAL	TOTAL
Página Dupla	3.749,57
1 Página	1.873,63
Rouba Página	1.341,60
Valor mínimo	799,20

EXEMPLO DE CÁLCULO: ANÚNCIO DE REVISTA

1 PÁGINA		TOTAL
Criação e finalização	Página 9	9.829,95
Tratamento de imagem/sistema: 1 hora	Página 21	1.146,98
Vetorização de logotipo (1 logo)	Página 21	1.159,65
Print - 2 cópias formato A4	Página 21	260,26
Geração de arquivo para envio	Página 10	1.873,63
TOTAL		14.270,47



Branding

- Marca
- Logotipo
- Identidade Visual

MARCA / LOGOTIPO

PEÇA	criação	finalização	TOTAL
Marca / logotipo empresa / órgão público	22.966,11	15.310,36	38.276,47
Marca / logotipo produto	18.374,73	12.247,13	30.621,86
Marca / logotipo imobiliário	14.701,17	9.796,55	24.497,72
Marca / logotipo eventos	16.077,31	12.247,13	28.324,45
Marca / logotipo - Reformulação	17.224,29	11.483,63	28.707,92
Manual de identidade visual (por lâmina)	—	2.007,22	2.007,22
Slogan	11.483,63	—	11.483,63
Selo comemorativo	8.413,50	5.258,15	13.671,65
Ícones e símbolos	832,60	657,56	1.490,15

* Planejamento, desenvolvimento e criação de manual de identidade visual: valor sob consulta conforme o projeto.

PAPELARIA

PEÇA	criação	finalização	TOTAL
Bloco de anotações	2.464,96	1.758,28	4.223,24
Cartão de visita / personalizado	2.925,59	1.413,36	4.338,96
Cartão visita - alteração de nome / endereço	—	421,31	421,31
Envelope simples	2.691,91	2.985,14	5.677,05
Envelope saco / ofício	2.958,18	1.915,57	4.873,74
Papel carta / ofício	2.691,91	1.667,27	4.359,18
Papel embrulho / presente	3.731,14	2.905,37	6.636,51
Pasta	4.629,94	3.185,12	7.815,07

MATERIAIS ESPECIAIS

PEÇA	criação	finalização	TOTAL
House organ / jornal (4 páginas)	15.920,70	11.705,89	27.626,58
House organ / jornal (por página adicional)	3.180,68	2.336,57	5.517,26
Relatório diretoria (até 36 páginas)	81.034,91	75.321,88	156.356,79
Relatório diretoria (por página adicional)	2.018,73	1.880,54	3.899,28
Embalagem para relatório de diretoria	12.150,40	8.393,92	20.544,32
Revista - projeto editorial*	114.334,21	—	114.334,21
Revista - finalização (por página)	—	1.643,32	1.643,32

MATERIAIS ESPECIAIS – (Continuação)

PEÇA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Uniforme	13.350,35	8.255,73	21.606,08
Video Institucional até 5'	—	—	33.164,57

* Revista também na página 21.

PEÇA	SLIDE ESTÁTICO
Apresentação de PPT / Keynote / qualquer outro tipo de app de apresentação - valor por slide	2.007,21

PEÇA	CAPA	MIOLO	TOTAL
Template para PPT - valor por template	4.258,57	3.331,54	7.590,11
Portfolio de produtos	4.154,93	3.286,63	7.441,56
Assinatura de e-mail			2.925,59
Assinatura de e-mail - alteração de nome / cargo / telefone			421,31

EMBALAGEM

PEÇA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Berço	16.428,55	8.010,44	24.438,99
Caixa de embarque	10.777,71	5.642,78	16.420,49
Caixa de display de produto	36.227,79	14.172,59	50.400,38
Cartela	8.724,43	5.201,72	13.926,15
Cartela com saco	12.216,04	6.934,86	19.150,90
Embalagem de produto	43.637,11	14.172,59	57.809,69
Embalagem - adaptação	13.087,79	14.172,59	27.260,38
Embalagem blister	13.440,18	8.347,86	21.788,04
Embalagens de linha de produtos*	174.565,69	56.691,50	231.257,20
Embalagem promocional	19.634,57	14.172,59	33.807,15
Luva	10.183,49	7.618,90	17.802,39
Mock-up (sem custo de terceiros)	33.383,37	13.351,51	46.734,88
Rótulo	8.724,43	5.129,17	13.853,60
Vinheta de embalagem	7.639,63	4.583,32	12.222,95

* Até 5 embalagens.

REFAÇÃO - ADICIONAL MÍNIMO DE 40%. VALORES EM REAIS



Mídia Exterior

(Out of Home)

MÍDIA EXTERIOR

PEÇA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Busdoor - interno / lateral / traseira	6.767,88	4.666,23	11.434,11
Empena / fachada	8.862,62	5.908,80	14.771,41
Envelopamento de ônibus / vagão (metrô/trem)	10.636,06	7.090,32	17.726,39
Envelopamento de prédio / trio elétrico	10.636,06	7.090,32	17.726,39
Faixa de rua	3.332,69	2.154,62	5.487,31
Outdoor (simples/backlight /frontlight)	9.554,72	3.872,79	13.427,51
Painel de estação / plataforma (metrô/trem)	8.399,68	3.405,24	11.804,92
Painel banca de jornal (traseira/lateral)	8.399,68	3.405,24	11.804,92
Placa indicativa de rua	4.053,59	2.974,55	7.028,14
Sanca / cartaz (ônibus/metrô/trem)	6.767,88	3.589,50	10.357,38

MOBILIÁRIO URBANO

PEÇA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Painel de abrigo de ônibus	8.974,32	3.405,24	12.379,57
Painel de relógio de rua	8.974,32	3.405,24	12.379,57
Testeira de abrigo de ônibus	6.767,88	3.589,50	10.357,38

MÍDIA INDOOR

(shopping, restaurante, academia, aeroporto, supermercado, elevador, etc)

PEÇA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Adesivação de balcão promocional	4.858,55	3.222,94	8.081,49
Adesivo de chão / de mesa / espelho banheiro	4.858,55	3.222,94	8.081,49
Adesivo de elevador / lateral de escada rolante	4.858,55	3.222,94	8.081,49
Adesivo de vitrine	6.766,73	4.579,01	11.345,74
Banner / cartaz Mall (avenida/corredor shopping)	6.766,73	4.579,01	11.345,74
Cancela de estacionamento	3.913,09	3.522,40	7.435,50
Encosto de cabeça	4.257,42	3.268,14	7.525,56
Vídeos digitais 15" / 30" / 45" / 60"	—	—	26.880,42

REFAÇÃO - ADICIONAL MÍNIMO DE 40%. VALORES EM REAIS



PDV e Sinalização

(Peças Promocionais e Brindes)

PDV E SINALIZAÇÃO

PEÇA	criação	finalização	TOTAL
Backdrop / fundo de palco	4.858,55	3.284,33	8.142,88
Balcão promocional - comunicação visual	8.724,43	5.201,72	13.926,15
Bandeirola (por modelo)	4.052,44	2.972,25	7.024,68
Banner	4.858,55	3.179,53	8.038,08
Caixa / dispenser / urna	1.941,58	1.585,74	3.527,31
Capa de antena	8.724,43	5.201,72	13.926,15
Cubo / Totem	8.724,43	5.201,72	13.926,15
Displays (de chão/de vitrine/de ponta de gôndola)	8.724,43	5.201,72	13.926,15
Envelopamento de frota da empresa	10.636,06	7.090,32	17.726,39
Envelopamento / lona de caminhão	10.636,06	7.090,32	17.726,39
Faixa de gôndola	4.258,57	3.331,54	7.590,11
Forração de gôndola / bandô	1.941,58	1.585,74	3.527,31
Infláveis (Balão/blimp/réplicas/roof, etc)	2.100,50	1.946,18	4.046,68
Móvil	4.858,55	3.283,18	8.141,72
Painel / placa de PDV	4.154,93	3.286,63	7.441,56
Placa de identificação	831,45	656,40	1.487,85
Placa de inauguração	4.154,93	3.225,20	7.380,13
Placa ou adesivo para púlpito	1.941,58	1.585,74	3.527,31
Saia de mesa ou de palco	4.052,44	2.972,25	7.024,68
Tapume / cavalete	4.858,55	2.131,59	6.990,14
Testeira de PDV ou de palco	4.052,44	2.972,25	7.024,68
Vending machine - comunicação visual	4.858,55	2.131,59	6.990,14
Wind Banner (por modelo)	4.052,44	2.972,25	7.024,68
Wobbler / stopper	2.533,49	2.236,38	4.769,88

REFAÇÃO - ADICIONAL MÍNIMO DE 40% VALORES EM REAIS

MATERIAIS DIFERENCIADOS

PEÇA	TOTAL
Cenografia (espetáculos, eventos, etc)	Custo por projeto
Fachada de loja	Custo por projeto
Mock-up de layout (montagem da peça)	Custo por projeto
Stand para feira	Custo por projeto
Vitrine	Custo por projeto

BRINDES

PEÇA	criação	finalização	TOTAL
Bandeirinha / estandarte	2.146,56	1.934,67	4.081,23
Baralho / jogo americano	2.826,00	2.250,20	5.076,20
Bonê / óculos / pulseira	2.182,26	1.749,26	3.931,52
Botton / imã de geladeira / caixa fósforo / balão	1.994,55	1.586,89	3.581,44
Camiseta / colete / avental	2.146,56	1.934,67	4.081,23
Chaveiro / pendrive / squeezer	1.994,55	1.586,89	3.581,44
Copo / bolacha de chopp / guardanapo	1.994,55	1.586,89	3.581,44
Gargaleira	1.789,57	1.343,90	3.133,47
Guarda-sol / toalha	2.146,56	1.934,67	4.081,23
Lápis / caneta / régua / mouse pad	1.692,83	1.483,24	3.176,08
Medalha / troféu / placa de homenagem	1.994,55	1.586,89	3.581,44
Sacola / bolsa	2.563,43	1.589,19	4.152,62
Viseira / bandana / cachecol / gorro / leque	1.847,15	1.434,88	3.282,02
Outros brindes - valor mínimo	1.692,83	1.483,24	3.176,08
Outros brindes - valor máximo	2.826,00	2.250,20	5.076,20



Materiais Gráficos

(Produção Gráfica)

MATERIAIS GRÁFICOS

PEÇA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Adesivos	1.789,57	1.059,46	2.849,03
Agenda (capa + miolo)	3.339,60	1.882,85	5.222,45
Book - capa	3.611,38	2.824,84	6.436,22
Book - miolo (por página)	3.214,08	2.024,49	5.238,57
Bula	5.381,37	4.377,18	9.758,55
Broadside (por lâmina, cada lado)	2.007,22	1.448,70	3.455,91
Caderno (capa + miolo)	5.456,22	3.809,45	9.265,67
Caixa de Pizza	1.941,58	1.585,74	3.527,31
Calendário simples	6.969,41	5.528,77	12.498,18
Calendário (por lâmina, cada lado)	3.483,55	2.763,81	6.247,36
Capa de catálogo / caderno / agenda / carnê	3.180,68	2.981,46	6.162,14
CD - capa / label	3.837,09	2.236,38	6.073,47
CD - encarte (por lâmina)	2.006,07	1.269,05	3.275,11
Cardápio - capa	3.180,68	2.981,46	6.162,14
Cardápio - miolo (por página)	2.543,86	2.384,94	4.928,79
Carta / circular	1.904,73	1.547,73	3.452,46
Cartão de natal / cartão-postal	6.704,54	3.078,19	9.782,74
Cartaz / pôster	4.857,40	3.611,38	8.468,77
Cartazete	4.258,57	3.331,54	7.590,11
Cinta / faixa	1.692,83	1.413,00	3.105,83
Convite com envelope	3.335,00	2.933,09	6.268,09
Convite sem envelope	3.174,93	2.773,02	5.947,95
Cupom / crachá / ficha de inscrição	2.668,23	2.532,34	5.200,57
Diploma / certificado	2.824,84	1.946,18	4.771,03
Display de mesa	4.028,25	3.185,29	7.213,54
Encartes diversos (por página)	3.174,93	2.942,31	6.117,23
Etiqueta / tag	1.692,83	1.483,24	3.176,08
Flyer / ingresso / volante	3.174,93	2.942,31	6.117,23
Folder / folheto / catálogo (por página)	2.007,22	1.632,95	3.640,17
Folheto técnico (por página)	2.007,22	2.047,52	4.054,74
Guia / cartilha (capa)	2.888,18	2.261,72	5.149,90
Guia / cartilha - miolo (por página)	2.007,22	2.046,37	4.053,59
Mala direta (por lâmina, cada lado)	3.174,93	2.942,31	6.117,23

MATERIAIS GRÁFICOS – (Continuação)

PEÇA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Marcador de página / risque rabisque	1.789,57	1.281,72	3.071,28
Newsletter (por página)	2.007,22	2.046,37	4.053,59
Revista - capa*	3.611,38	2.826,00	6.437,37
Revista - miolo (por página)*	3.214,08	2.024,49	5.238,57
Raspadinha	2.875,51	2.193,77	5.069,29
Rótulo promocional	4.028,25	3.185,29	7.213,54
Saco de Pão	1.941,58	1.585,74	3.527,32
Santinho	1.634,10	1.486,70	3.120,80
Tabela de preços / tablôide de ofertas (por página)	2.007,22	2.047,52	4.054,74
Testeira de computador	3.174,93	2.942,31	6.117,23

*Revista também na página 12.

DIVERSOS

PEÇA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Mapa localização (mínimo)	3.077,04	1.909,81	4.986,85
Mapa localização (máximo)	4.211,36	2.870,36	7.081,71
Tabela / gráfico (mínimo)	960,42	1.125,54	2.085,97
Tabela / gráfico (máximo)	3.184,14	3.827,52	7.011,66

Digitalização de imagem	Valor unitário	394,99
Tratamento de imagem / sistema	Valor por hora de sistema	1.146,98
Vetorização de logotipos	Valor unitário	1.159,65
Geração de arquivo (jpeg, pdf)		285,59

Print

Formato A3	264,87
Formato A4	130,13

Prova Digital

Formato A3	796,90
Formato A4	620,71

Ilustração

Simples 2D – Valor por Hora (não inclui personagem/mascote)	1.146,99	—	1.146,99
--	----------	---	----------

REFEÇÃO - ADICIONAL MÍNIMO DE 40%. VALORES EM REAIS



Rádio • TV *Cinema*

(Produção Multimídia)

PRODUÇÃO MULTIMÍDIA

PRODUÇÃO ELETRÔNICA (CRIAÇÃO/ROTEIRO E TEXTO) – TODOS OS MEIOS	TOTAL
PEÇAS	
Assinatura / vinheta eletrônica	17.969,37
Filme / VT 15" / 30" / 45" / 60"	28.762,05
Jingle / trilha 30" / 60"	12.936,93
Letreiro / cartela para TV	689,80
Merchandising - texto para TV / rádio	6.465,01
Spot 30" / 60"	6.465,01
Storyboard (por quadro)	538,94

Gravação e Transmissão via Rede

Jingle / trilha 30" / 60"	706,68
Letreiro / assinatura para TV (unitário)	840,38
Spot 30" / 60"	706,68

ILHA DE EDIÇÃO	TOTAL
Cópias	
Beta analógica até 5'	481,36
Beta analógica até 10'	506,70
Beta analógica até 30'	533,19
Beta analógica até 60'	558,52
Beta analógica até 90'	585,01
CD	127,83
DVD	191,16
XDCAM SD	1.278,26
XDCAM HD	1.278,26

REFEÇÃO - ADICIONAL MÍNIMO DE 40%. VALORES EM REAIS

ILHA DE EDIÇÃO (CONTINUAÇÃO)	TOTAL
DVD	
Até 5 filmes no mesmo DVD	576,95
Adicional por filme extra no mesmo DVD	63,34
Looping com duração determinada até 5 filmes	899,39
Adicional por filme em DVD com looping	63,34
Autoração de DVD (Menu)	63,34
Adicional por Submenu (Máximo 18)	38,00
Conversões (a cada 60")	
Beta analógica para arquivo Digital	366,31
XDCAM HD ou SD para arquivo Digital	610,89
Arquivo digital para Arquivo Digital em outro codec (mpg, mov, avi, wmv, flv)	121,74
Legendagem	
Por minuto (não inclui tradução)	449,12
Captação de Frames	
Captação até 10 frames	275,23
Gravação de Merchandising	
Por Programa em Horário Comercial	449,12
Edição	
Hora/homem + Hora/máquina	513,61

ILHA DE EDIÇÃO (CONTINUAÇÃO)	TOTAL
Animação	
Hora/homem + Hora/máquina	641,43
MoodVídeo (até 5')	6.425,86
Narramatic (a cada 30")	
Montagem de quadros	899,39
Gravação e edição de áudio interno	641,43
Montagem e animação Animatic (até 2')	5.140,69
Montagem making of (até 5')	7.067,29
Montagem de vinheta a partir de material já captado (até 10")	1.926,61
Case	
Pesquisa, montagem e animação	12.850,56
Versão em outro idioma (não inclui tradução)	3.211,78
Vinheta	
5" ou 7" (vinheta de abertura e encerramento)	1.027,00

REFEÇÃO - ADICIONAL MÍNIMO DE 40%. VALORES EM REAIS



Produção e Serviços Digitais

ANÚNCIOS DISPLAY

PEÇA/TIPO	PREÇO REFERÊNCIA	
Master (quaisquer dimensões)	4.179,00	
	ESTÁTICO	ANIMADO
Adaptação (quaisquer dimensões)	1.782,99	1.962,75
	POR FORMATO	18 FORMATOS GDN*
Replicação (Ajustes de especificações para outros veículos)	512,66	2.297,61

*Considerando horas de motion e replicação completa de uma campanha de display para a Rede Display Google (GDN), 18 formatos.

FORMATOS PUBLICITÁRIOS MAIS UTILIZADOS

PEÇA	DIMENSÕES - PIXEL
Arranha-céu (Skyscraper)	120 x 600
Arranha-céu largo (Wide skyscraper)	160 x 600
Banner	468 x 60
Super banner (Cabeçalho)	728 x 90
Super banner expansível	728 x 90 - 728 x 300
Giga banner (Cabeçalho grande)	970 x 90
Retângulo	180 x 150
Retângulo médio	300 x 250
Retângulo grande	336 x 280
Retângulo vertical	240 x 400
Barra vertical	200 x 446
Quadrado	250 x 250
Quadrado pequeno	200 x 200
Meia página (Half page)	300 x 600
Outdoor (Billboard)	970 x 250
Dhtml / Floater	Variável, até 72.200 pixels de área

MOBILE

Feature Phones	
Small Banner	120x20
Medium Banner	168x28
Large Banner	216x36
Smart Phones - Web & APPs	
Banner e Banner Expansível	300x50
Wide Banner e Wide Banner Expansível	320x50
Interstitial	300x250

Observação:

Formatos padrão Web e Rede Display Google (GDN). Sujeitos a alteração.

REFEÇÃO - ADICIONAL MÍNIMO DE 40%. VALORES EM REAIS

OUTRAS PEÇAS

PEÇA/TIPO	CRIAÇÃO FINALIZAÇÃO
Post simples/Anúncio Redes Sociais (jpg/gifs + texto)	3.941,44
Post Carrossel (jpg/gifs + texto)	7.882,88
Cover para Redes Sociais	3.941,44

CRIAÇÃO / ANIMAÇÃO / PROGRAMAÇÃO

Anúncios para Tablet Horizontal ou Vertical	8.777,00
Anúncios para Tablet Horizontal e Vertical	13.164,95

Observações:

1) Adaptações de materiais já criados: 50% do valor original.

2) Os preços de anúncio para tablet incluem animação e programação. Para anúncio estático cobrar 60%.

DIGITAL: STORIES, BLOG, POST, IGTV E DESTAQUES

PEÇA/TIPO	PREÇO REFERÊNCIA
Card para Whats/App	4.016,51
Header para Redes Sociais (Facebook, YouTube, Instagram e LinkedIn)	4.016,51
Avatar	4.016,51
Convite Digital (e-mail, WhatsApp ou Redes Sociais)	4.016,51
Wallpaper/Descanso de tela	4.258,57
Vídeos curtos para redes sociais/vídeos cartelados: sem captação, sem locução, mas utilizando recursos como gifs, animação simples de imagens, motion graphics.	6.425,86

CAMPANHAS DIGITAIS

PEÇA/TIPO	PREÇO REFERÊNCIA
PLANEJAMENTO DE CAMPANHA Abrange 2 áreas distintas: planejamento estratégico de campanhas digitais e planejamento de mídia para campanhas digitais. Partimos do princípio de que as premissas globais como objetivos, metas, matriz swot e demais componentes de um planejamento estratégico da marca já foram feitos e implementados.	
Planejamento estratégico de Campanhas Digitais A partir de briefing padrão com todas as informações referentes a campanha a ser planejada a equipe de planejamento, em conjunto com as equipes de El e Mídia, desenvolverão o planejamento estratégico da campanha definindo: métodos de abordagem, personas alvo das ações, jornada do consumidor de acordo com o produto ou serviço objeto da campanha e objetivos a serem atingidos.	42.277,31
Planejamento de Mídia para Campanhas Digitais A partir de briefing padrão com todas as informações referentes a campanha a ser planejada, com as informações do planejamento estratégico da campanha, a equipe de mídia definirá: canais digitais que melhor atendem a estratégia definida, volume de mídia em cada canal, plano de mídia padrão com todo o detalhamento técnico dos canais escolhidos, KPIs, modelos e periodicidade de relatório para o cliente.	28.863,84

REDES SOCIAIS

SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
PLANEJAMENTO DE REDES SOCIAIS O planejamento de redes sociais inclui definição dos objetivos, conteúdo, plataformas e canais, incluindo a identidade visual desses canais, recursos a serem utilizados, persona da marca, métricas e monitoramento de resultados. Exige um diagnóstico que consiste em mapear a atuação da marca nas diversas plataformas sociais e a identidade percebida e compartilhada por seus stakeholders.	
<ul style="list-style-type: none">• Diagnóstico da presença nas redes sociais.• Definição dos objetivos a serem atingidos.• Avaliação das melhores plataformas para a marca e definição do papel estratégico de cada uma criação de guia de conteúdo incluindo a identidade visual, recursos a ser utilizados, persona da marca, tom de voz, editorial, volumetria.• Definição métricas para acompanhamento.• Definição de ferramentas para análise de desempenho.	32.575,88

WEBSITE

SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
Criação de layout de tela/página incluindo estudo de UX. Exemplo: Home, Empresa, Serviços, Galeria de Mídias, Formulário de Contato, Formulário de Orçamento, Notícias, Clientes, Casos de Sucesso, Resultados de busca e telas de painel de Administração.	44.433,30

HOTSITE

SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
Hotsite tecnicamente a estrutura de seções menor e mais focada a lançamentos de promoções, concursos, eventos, entre outros. Possui um período de vida definido e precisa ter uma estratégia de comunicação bem elaborada, alinhada com a estratégia da campanha.	
Criação de layout de tela/página incluindo estudo de UX. Exemplo: Home, Sobre o Evento, Como Chegar, Agenda, Palestrantes, Patrocinadores, Formulário de Contato, Formulário de Inscrição simples, sem meio de pagamento ou controles integrados e telas de painel de Administração.	24.361,76

MOBILE SITE

PEÇA	PREÇO REFERÊNCIA
Criação de layout de tela/página incluindo estudo de UX. Exemplo: Home, Empresa, Serviços, Galeria de Mídias (fotos, vídeos), Formulário de Contato, Formulário de Orçamento, Notícias, Clientes, Casos de Sucesso, Resultados de busca e telas de painel de Administração.	25.321,55

BLOG

PEÇA	PREÇO REFERÊNCIA
O Blog nada mais é que um website com foco em divulgar rapidamente informações de um modo simples e rápido.	
Criação de layout de página incluindo UX. Exemplos: Home, Categoria de conteúdo, Conteúdo, Resultados de Busca, Fale conosco e painel de Administração para atualização de conteúdo.	17.245,73

LANDING PAGE

PEÇA	PREÇO REFERÊNCIA
Página criada exclusivamente como destino de uma campanha. Tem como principal objetivo informar o usuário sobre uma determinada ação, lançamento, promoção com foco em aumentar o engajamento e conversão.	
Criação de layout de página única. Exemplo: Espaço para banners em slider, espaço de blocos de textos, imagens, espaço para vídeos incorporados de ferramenta de terceiros, formulário de captação que envia um e-mail ao administrador.	8.121,30

Observações válidas para Website, Hotsite, Mobile Site, Blog e Landing Page:

1) Os preços não incluem produção de conteúdo e ferramentas interativas não especificadas no escopo.

2) Os preços não incluem hospedagem, compra de domínio e certificados de segurança, que devem ser orçados à parte.

3) Os preços são para criação de layout não inclui programação.

E-MAIL MARKETING

PEÇA	PREÇO REFERÊNCIA
Criação e produção do HTML Criação de layout – conteúdo produzido a partir de briefing do cliente.	3.825,25

NEWSLETTER

PEÇA	PREÇO REFERÊNCIA
Criação e produção do HTML Criação de layout – conteúdo especializado produzido pelo cliente.	4.016,51

Anexo I – Informações Adicionais

Este Anexo segue rigorosamente as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão, bem como a legislação da indústria da Propaganda, particularmente a Lei nº 4.680/65, e os Decretos nº 57.690/66 e nº 4.563/02.

Veiculação em Mídias Digitais

Nos casos de veiculação em empresas de tecnologia que não remuneram a agência pelo desconto-padrão, a agência será remunerada pelo cliente pelo mesmo valor em percentagem da proposta de preço ofertada no contrato, respeitando o anexo B do CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão.

Trabalho Colaborativo

Este projeto assim como os capítulos de serviços digitais e planejamento tiveram a colaboração do Grupo de Trabalho de Produção Gráfica do Sinapro-SP, o qual é composto por vários profissionais das áreas envolvidas.

Serviços Internos

Os serviços internos são cobrados conforme os valores estipulados neste documento e devem obedecer ao item 3.6 das Normas-Padrão do CENP.

Serviços Externos

Para todos os serviços contratados com terceiros para a execução dos trabalhos dos clientes anunciantes sob a supervisão da agência. Os honorários de agência à taxa de 15% (quinze por cento) incidentes sobre os custos dos serviços de terceiros devem seguir o estipulado nos itens 3.6.1 e 3.6.2 das Normas-Padrão do CENP. Os honorários não incidem sobre os serviços internos, impostos, encargos sociais e reembolsos de despesas.

Reembolso de Despesas

Todos os gastos efetuados a serviço do cliente serão previamente autorizados e efetivamente comprovados, sendo debitados pelo preço de custo sem incidência de honorários ou comissões. Exemplos: viagens, diárias, transporte, alimentação, comunicação em geral, fotocópias, etc. Quando os reembolsos de despesas sofrerem taxação de ISS, este custo deve ser repassado ao cliente.

Serviços não Previstos

A contratação de serviços não previstos neste documento são de livre acerto entre a agência e o cliente.

Interior do Estado

Este documento é aplicável a todo o Estado de São Paulo. Em face das diferenças econômicas e peculiaridades regionais, as agências de propaganda do interior poderão conceder descontos. Recomendamos desconto máximo de 40%.

Glossário:


Você encontra o glossário no site www.sinaprosp.org.br/documentos.php

INDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

Sinapro

SÃO PAULO

www.sinaprosp.org.br

 /SinaproSP

Filie sua agência.

(11) 3035-0099

atendimento@sinaprosp.org.br

Filiado à

fenapro
FEDERAÇÃO NACIONAL DE
INDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA



mensagem

Responder ...

Encaminhar

Excluir

Imprimir

Arquivo

Marcar

Mais

Anterior

Próximo



Criar e...



E-mail



Contatos



Calendário



Configuraç...



Sobre



Sair

Webmail
Home

Cotação serviço de publicidade - lei 14.124/2021



Para lucien@letteracomunicacao.com.br em 22/07/2021 11:47

Detalhes

Proposta - assinada.jpeg (~129 KB)

Bom dia,

Venho através deste solicitar cotação de preço de serviço de Publicidade para atendimento a Lei 14.124 de 10 de março de 2021.

Segue em anexo a proposta.

At.te.,

Fábio Bonassa

Secretário Municipal de Informação, Comunicação e Eventos

Proposta - assinada.jpeg

~129 KB



Nabuco Propaganda e Marketing Ltda
CNPJ: 14.065.426/0001-38 Insc Municipal: 521647
Avenida Nossa Senhora de Fátima nº 6-30 sala 01
Jardim América – Bauru – SP
CEP:17017-337
TELEFONE: 3226-1925

OBJETO

Contratação excepcional de serviços de publicidade institucional/utilidade pública pelo Município de Garça, assim entendida, nos termos do artigo 2º da Lei 12.232/2010, o conjunto de atividades realizadas integralmente 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 e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo específico de educar, informar e orientar quanto à necessidade dos munícipes serem vacinados contra a covid-19 e na tomada de ações e de enfrentamento ao coronavírus quanto à utilização de máscaras, não aglomeração, lavagem assídua das mãos, utilização de álcool gel e outras medidas recomendadas de acordo com o Plano Nacional de Operacionalização da Vacinação contra a Covid, bem como com os protocolos, determinações e recomendações do Governo do Estado de São Paulo e do Município de Garça nesse sentido.

REMUNERAÇÃO

ITEM	PERCENTUAL
Percentual de desconto sobre os custos internos baseado na tabela referencial de preços do SINAPRO - Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo	75% (setenta e cinco por cento)

Bauru, 22 de julho de 2021

At



Nabuco Propaganda e Marketing Ltda. EPP
Ana P. Nabuco de Araújo
CPF: 049.575.428-56
RG: 13.909.140

"NABUCO PROPAGANDA E MARKETING LTDA."

CNPJ: 14.065.426/0001-38

4ª ALTERAÇÃO CONTRATUAL

Pelo presente instrumento particular e na melhor forma de direito, **ANAÍ PIAZENTIN NABUCO DE ARAÚJO**, brasileira, solteira, jornalista, portadora do RG nº 13.909.140 SSP/SP e do CPF nº 049.575.428-56 e **JOÃO GABRIEL NABUCO DE ARAÚJO CINTO**, brasileiro, menor, solteiro, estudante, portador do RG 55.976.467-4 SSP/SP e do CPF 449.107.458-58, menor assistido pela sua genitora **ANAÍ PIAZENTIN NABUCO DE ARAÚJO** acima qualificada, ambos residentes e domiciliados à Av. Nossa Senhora de Fátima, nº 16-60, Torre 2, Apto.104, Jardim América, CEP: 17017-337, na cidade de Bauru, Estado de São Paulo, únicos componentes da sociedade de responsabilidade limitada, denominada **"NABUCO PROPAGANDA E MARKETING LTDA"**, com sede à Rua Alfredo Ruiz, nº 23-18, sala 01, Jardim Estoril II, CEP: 17016-020, na cidade de Bauru, estado de São Paulo, conforme contrato social firmado em 17/06/2011 e registrado na JUCESP sob NIRE nº 35225529172 em 13/07/2011, sendo a última alteração contratual registrada sob nº 94.212/18-1 em 06/03/2018, tem entre si, justo e combinado alterá-lo perante as cláusulas e condições seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA.

A sociedade altera seu endereço da sede de Rua Alfredo Ruiz nº 23-18, sala 01, Jardim Estoril II, CEP: 17016-020, para Av. Nossa Senhora de Fátima, nº 6-30, sala 01, Jardim América, CEP: 17017-337, ambos em Bauru, Estado de São Paulo.

CLÁUSULA SEGUNDA

A vista das modificações ora ajustadas consolida-se o contrato social e alterações posteriores com a seguinte redação:

I) **Da composição social, denominação, sede e duração.**

"NABUCO PROPAGANDA E MARKETING LTDA"

A sociedade é composta pelo sócio: **ANAÍ PIAZENTIN NABUCO DE ARAÚJO**, brasileira, solteira, jornalista, portadora do RG nº 13.909.140 SSP/SP e do CPF nº 049.575.428-56, e **JOÃO GABRIEL NABUCO DE ARAÚJO CINTO**, brasileiro, menor, solteiro, estudante, portador do

RG 55.976.467-4 SSP/SP e do CPF 449.107.458-58; menor assistido pela sua genitora **ANAÍ PIAZENTIN NABUCO DE ARAÚJO** acima qualificada, ambos residentes e domiciliados à Av. Nossa Senhora de Fátima, nº 16-60, Torre 2, Apto.104, Jardim América, CEP: 17017-337, em Bauru, Estado de São Paulo.

Art. 1º - A sociedade tem o tipo jurídico de Sociedade Empresária Limitada, com a denominação social **NABUCO PROPAGANDA E MARKETING LTDA**, com sede à Av. Nossa Senhora de Fátima, nº 6-30, sala 01, Jardim América, CEP: 17017-337, em Bauru, Estado de São Paulo, podendo abrir e fechar filiais em qualquer parte do território nacional, mediante autorização dos sócios.

Art. 2º - O prazo de duração da sociedade é por tempo indeterminado, considerando seu início em 13 de julho de 2011.

II) Objeto Social

Art. 3º - A sociedade tem por objeto social: **prestação de serviços de agência de publicidade.**

III) Capital Social

Art. 4º - O capital social totalmente subscrito e integralizado pelo sócio, no valor de R\$ 15.000,00 (quinze mil reais), distribuídos em 15.000 (quinze mil) quotas, no valor de R\$ 1,00 (um real) cada uma, fica entre eles distribuído nas seguintes proporções:

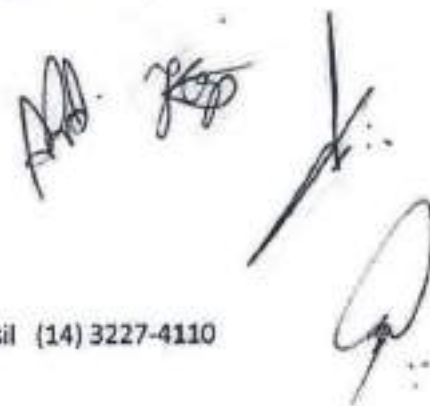
SÓCIOS	QUOTAS	VALOR	%
ANAÍ PIAZENTIN NABUCO DE ARAÚJO	14.850	R\$ 14.850,00	99
JOÃO GABRIEL NABUCO DE ARAÚJO CINTO	150	R\$ 150,00	01
TOTAL	15.000	R\$ 15.000,00	100

§ Único: A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

IV) Administração e Retiradas

Art. 5º - A administração da sociedade é exercida pela sócia **ANAÍ PIAZENTIN NABUCO DE ARAÚJO**, com poderes e atribuições e autorizados o uso do nome empresarial em todos os documentos relativos a prática de todos os atos de gestão dos negócios sociais, e também representar a sociedade ativa e passivamente, judicial e extrajudicialmente, sendo **lhe vedado**, no entanto, exercer atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer quotista ou de terceiros, bem como onerar bens imóveis da sociedade sem autorização do outro sócio.

§ 1º - A sócia administradora poderá de comum acordo, fixar uma retirada mensal, a título de "pró-labore", observadas as disposições regulamentares pertinentes.



§ 2º - A sociedade poderá levantar balanços ou balancetes patrimoniais em períodos inferiores a um ano, e o lucro apurado nessas demonstrações intermediárias, poderão ser distribuídos mensalmente aos sócios, a título de antecipação de lucros ou adiantamento de resultados, de acordo com entendimento entre as partes, e os resultados mensalmente apurados deverão ser transcritos no livro diário.

V) Cessão de quotas e Sucessão

Art. 6º - As quotas são indivisíveis e nenhum dos sócios poderá vender suas quotas sem antes oferecê-las aos demais sócios, os quais, no prazo de 30 (trinta) dias a contar do recebimento da oferta, deverão se manifestar sobre o interesse ou não em adquiri-las. Não havendo manifestação a respeito do assunto, positiva ou negativa por parte dos sócios, o sócio ofertante poderá cedê-las a terceiros, desde que em condições não mais vantajosas do que as da oferta aos sócios. Caso o ofertante não venda as quotas liberadas para tanto dentro de 60 (sessenta) dias da data da liberação, antes de cedê-las, deverá efetuar nova oferta aos sócios.

§ 1º - Falecendo ou interditado qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com os remanescentes e os herdeiros de direito do sócio pré-morto ou interditado, aos quais será demonstrada a situação financeira da sociedade em um balanço especial a ser realizado na data do evento. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou do sócio remanescente, o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, à data da resolução, verificada em balanço especialmente aventado.

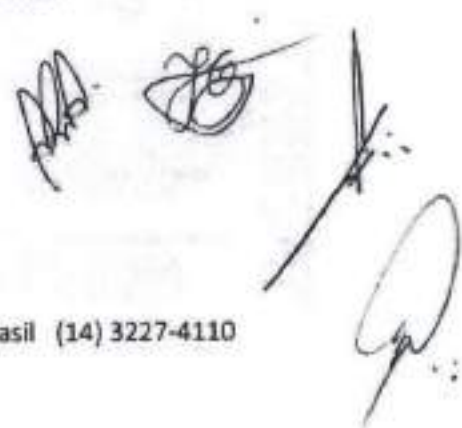
§ 2º - O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade se resolva em relação a seu sócio.

VI) Do desimpedimento

A administradora declara sob as penas da lei, de que não está impedida de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal ou por se encontrar sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade. (art. 1.011, 1º, C/C2002)

VII) Exercício Financeiro e Resultados

Art. 7º - O exercício financeiro da sociedade encerrar-se-á no dia 31 de dezembro de cada ano, data em que serão levantados o Balanço Patrimonial, a Demonstração de Resultados das demais Demonstrações Financeiras. Os lucros apurados terão destinação que os sócios decidirem e os prejuízos serão suportados proporcionalmente às quotas possuídas pelos sócios.



VIII) Deliberações Sociais

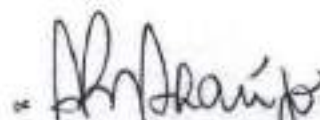
Art. 8º - As modificações do contrato social, que tenham por objeto matéria indicada no artigo 997, da Lei nº 10.406/02, dependem do consentimento dos sócios, representando a totalidade do capital social; as demais podem ser decididas por maioria absoluta de votos.

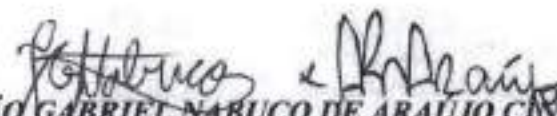
IX) Disposições Gerais

Art. 9º - Para dirimir as dúvidas e litígios decorrentes do presente contrato social, os sócios elegem o Foro desta comarca de Bauru, Estado de São Paulo, por mais privilegiado que outro seja ou venha a ser.


E por estarem assim justos e contratados, assinam o presente instrumento em 3 (três) vias de igual teor e forma na presença de 2 (duas) testemunhas que também assinam.


Bauru, 12 de Abril de 2019.


ANAI PLIAZENTIN NABUCO DE ARAÚJO


JOÃO GABRIEL NABUCO DE ARAÚJO CANTO
menor assistido pela sua genitora
ANAI PLIAZENTIN NABUCO DE ARAÚJO

Testemunhas


José Fernando Fontes
RG: 18.033.356-2 SSP/SP


Marcos Rogério Saggiaro De Martino
RG: 24.760.481-1 SSP/SP



Cotação serviço de publicidade - lei 14.124/2021



De <arp@garca.sp.gov.br>

Para <atendimento@agenciabike.com.br>

Data 22/07/2021 11:47

Proposta - assinada.jpeg (~129 KB)

Bom dia,

Venho através deste solicitar cotação de preço de serviço de Publicidade para atendimento a Lei 14.124 de 10 de março de 2021.

Segue em anexo a proposta.

At.te.,

Fábio Bonassa

Secretário Municipal de Informação, Comunicação e Eventos

Proposta - assinada.jpeg

~129 KB





Identificação da Empresa Proponente:

Razão Social: AGÊNCIA DE SERVIÇOS TECNOLÓGICOS BIKE LTDA

CNPJ: 32.249.241/0001-65

Inscrição Municipal: 00043353

Endereço: RUA OURO PRETO 66/4

Telefone: 35.99137-0805

OBJETO

Contratação excepcional de serviços de publicidade institucional/utilidade pública pelo Município de Garça, assim entendida, nos termos do artigo 2º da Lei 12.232/2010, 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 e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo específico de educar, informar e orientar quanto à necessidade dos munícipes serem vacinados contra a covid-19 e na tomada de ações e de enfrentamento ao coronavírus quanto à utilização de máscaras, não aglomeração, lavagem assídua das mãos, utilização de álcool gel e outras medidas recomendadas de acordo com o Plano Nacional de Operacionalização da Vacinação contra a Covid, bem como com os protocolos, determinações e recomendações do Governo do Estado de São Paulo e do Município de Garça nesse sentido.

REMUNERAÇÃO

ITEM	PERCENTUAL
Percentual de desconto sobre os custos internos baseado na tabela referencial de preços do SINAPRO - Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo	70% (setenta e por cento)

Bauru, 22 de julho de 2021

Nome: Romney Maximino da Gama

CPF: 040.446.126-33



JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS

Registro Digital

Capa de Processo

Identificação do Processo		
Número do Protocolo	Número do Processo Módulo Integrador	Data
18/624.826-1	J182478387177	13/12/2018

Identificação do(s) Assinante(s)	
CPF	Nome
114.589.756-81	ITAMAR BEZERRA JUNIOR
040.446.126-33	ROMNEY MAXIMINO DA GAMA

Junta Comercial do Estado de Minas Gerais



CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DE AGENCIA DE SERVICOS TECNOLOGICOS BIKE LTDA

1. ROMNEY MAXIMINO DA GAMA, nacionalidade BRASILEIRA, DESIGNER GRAFICO, Solteiro, data de nascimento 08/01/1980, nº do CPF 040.446.126-33, documento de identidade 320445859, SSP, SP, com domicílio / residência a RUA MARIA ADELAIDE JUNQUEIRA, número 530, bairro / distrito JARDIM DAS ACACIAS, município POCOS DE CALDAS - MINAS GERAIS, CEP 37.705-604 e

2. ITAMAR BEZERRA JUNIOR, nacionalidade BRASILEIRA, DESIGNER GRAFICO, Casado, regime de bens Comunhao Parcial, nº do CPF 114.589.756-81, documento de identidade MG17237988, SSP, MG, com domicílio / residência a RUA BENEDICTO LOPES BUONO, número 435, CASA 01, bairro / distrito JARDIM SAO BENTO, município POCOS DE CALDAS - MINAS GERAIS, CEP 37.713-310.

Constituem uma sociedade empresária limitada, mediante as seguintes cláusulas:

Cláusula Primeira - A sociedade adotará o nome empresarial de AGENCIA DE SERVICOS TECNOLOGICOS BIKE LTDA.

Parágrafo Único: A sociedade tem como nome fantasia AGENCIA BIKE.

Cláusula Segunda - O objeto social será SERVICOS DE DESENVOLVIMENTO DE SITES WEB DESIGN, DESENVOLVIMENTO E LICENCIAMENTO DE PROGRAMAS DE COMPUTADOR CUSTOMIZAVEIS, SERVICO DE EDICAO AUDIOVISUAL DE POS-PRODUCAO CINEMATOGRAFICA DE VIDEOS E DE PROGRAMAS DE TELEVISAO , ASSISTENCIA TECNICA EM HARDWARE TAIS COMO REPARACAO E MANUTENCAO DE COMPUTADORES E DE EQUIPAMENTOS PERIFERICOS, AGENCIA DE PUBLICIDADE.

Cláusula Terceira - A sede da sociedade é na RUA OURO PRETO, número 66, SALA 07, bairro / distrito JARDIM DOS ESTADOS, município POCOS DE CALDAS - MG, CEP 37.701-031.

Cláusula Quarta - A sociedade iniciará suas atividades em 13/12/2018 e seu prazo de duração é indeterminado.

Cláusula Quinta - O capital social é R\$ 5.000,00 (CINCO MIL reais) dividido em 5.000 quotas no valor nominal R\$ 1,00 (UM real), integralizadas, neste ato em moeda corrente do País, pelos sócios:

NOME	Nº DE QUOTAS	VALOR R\$
ITAMAR BEZERRA JUNIOR	2.500	2.500,00
ROMNEY MAXIMINO DA GAMA	2.500	2.500,00
TOTAL	5.000	5.000,00

Cláusula Sexta - As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do(s) outro(s) sócio(s), a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão, a alteração contratual pertinente.



CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DE AGENCIA DE SERVICOS TECNOLOGICOS BIKE LTDA

Cláusula Sétima - A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

Cláusula Oitava - A administração da sociedade caberá ao administrador/sócio ROMNEY MAXIMINO DA GAMA ao administrador/sócio ITAMAR BEZERRA JUNIOR, com os poderes e atribuições de representação ativa e passiva na sociedade, judicial e extrajudicial, podendo praticar todos os atos compreendidos no objeto social, sempre de interesse da sociedade, autorizado o uso do nome empresarial, vedado, no entanto, fazê-lo em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do(s) outro(s) sócio(s).

Cláusula Nona - Ao término de cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apurados.

Cláusula Décima - Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designarão administrador(es) quando for o caso.

Cláusula Décima Primeira - O(s) signatário(s) do presente ato declara(m) que o movimento da receita bruta anual da empresa não excederá o limite fixado no inciso I do art. 3º da Lei Complementar nº 123 de 14 de dezembro de 2006, e que não se enquadra(m) em qualquer das hipóteses de exclusão relacionadas no § 4º do art. 3º da mencionada lei.

Cláusula Décima Segunda - A sociedade poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, mediante alteração contratual deliberada na forma da lei.

Cláusula Décima Terceira - Os sócios poderão, de comum acordo, fixar uma retirada mensal, a título de "pro labore", observadas as disposições regulamentares pertinentes.

Cláusula Décima Quarta - Falecendo ou sendo interditado qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou do(s) sócio(s) remanescente(s), o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado. Parágrafo único - O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade se resolva em relação a seu sócio.

Cláusula Décima Quinta - O(s) Administrador (es) declara(m), sob as penas da lei, de que não está(ão) impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar(em) sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

Cláusula Décima Sexta - Fica eleito o foro de POCOS DE CALDAS - MG para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.



CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DE AGENCIA DE SERVICOS TECNOLOGICOS BIKE LTDA

E, estando o(s) sócio(s) justo(s) e contratado(s), assinam o presente instrumento.

POCOS DE CALDAS, 13 de Dezembro de 2018.

ITAMAR BEZERRA JUNIOR

Sócio/Administrador

ROMNEY MAXIMINO DA GAMA

Sócio/Administrador

MÓDULO INTEGRADOR: 15 J182476387177



MG95505919

3/3



Junta Comercial do Estado de Minas Gerais

Certifico registro sob o nº 31211239076 em 13/12/2018 da Empresa AGENCIA DE SERVICOS TECNOLOGICOS BIKE LTDA, Nire 31211239076 e protocolo 186248261 - 13/12/2018. Autenticação: 6AE54D6EF23607FAA14E68A9C1E7CB336C446CD. Marinely de Paula Bomfim - Secretária-Geral. Para validar este documento, acesse <http://www.jucemg.mg.gov.br> e informe nº do protocolo 18/624.826-1 e o código de segurança bslP. Esta cópia foi autenticada digitalmente e assinada em 13/12/2018 por Marinely de Paula Bomfim - Secretária-Geral.

MARINELY DE PAULA BOMFIM
SECRETÁRIA-GERAL

pág. 5/8



JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS

Registro Digital

Documento Principal

Identificação do Processo		
Número do Protocolo	Número do Processo Módulo Integrador	Data
18/624.826-1	J182478387177	13/12/2018

Identificação do(s) Assinante(s)	
CPF	Nome
114.589.756-81	ITAMAR BEZERRA JUNIOR
040.446.126-33	ROMNEY MAXIMINO DA GAMA

Junta Comercial do Estado de Minas Gerais





Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços
Secretaria Especial da Micro e Pequena Empresa
Departamento de Registro Empresarial e Integração
Secretaria de Estado de Fazenda de Minas Gerais
Junta Comercial do Estado de Minas Gerais

TERMO DE AUTENTICAÇÃO - REGISTRO DIGITAL

Certifico que o ato, assinado digitalmente, da empresa AGENCIA DE SERVICOS TECNOLOGICOS BIKE LTDA, de nire 3121123907-6 e protocolado sob o número 18/624.826-1 em 13/12/2018, encontra-se registrado na Junta Comercial sob o número 31211239076, em 13/12/2018. O ato foi deferido digitalmente pelo examinador Zelia da Costa Cavalcanti.

Assina o registro, mediante certificado digital, a Secretária-Geral, Marinely de Paula Bomfim. Para sua validação, deverá ser acessado o site eletrônico do Portal de Serviços / Validar Documentos (<https://portalservicos.jucemg.mg.gov.br/Portal/pages/ImagemProcesso/viaUnica.jsf>) e informar o número de protocolo e chave de segurança.

Capa de Processo

Assinante(s)	
CPF	Nome
114.589.756-81	ITAMAR BEZERRA JUNIOR
040.446.126-33	ROMNEY MAXIMINO DA GAMA

Documento Principal

Assinante(s)	
CPF	Nome
114.589.756-81	ITAMAR BEZERRA JUNIOR
040.446.126-33	ROMNEY MAXIMINO DA GAMA

Belo Horizonte, Quinta-feira, 13 de Dezembro de 2018.

Marinely de Paula Bomfim: 873.638.956-00

Página 1 de 1



Junta Comercial do Estado de Minas Gerais

Certifico registro sob o nº 31211239076 em 13/12/2018 da Empresa AGENCIA DE SERVICOS TECNOLOGICOS BIKE LTDA, Nire 31211239076 e protocolo 186248261 - 13/12/2018. Autenticação: 5AE54D6EF23607FAA14E6BA9C1E7CB336C446CD. Marinely de Paula Bomfim - Secretária-Geral. Para validar este documento, acesse <http://www.jucemg.mg.gov.br> e informe nº do protocolo 18/624.826-1 e o código de segurança bsIP Esta cópia foi autenticada digitalmente e assinada em 13/12/2018 por Marinely de Paula Bomfim - Secretária-Geral.

SECRETARIA DE ESTADO DE FAZENDA DE MINAS GERAIS

pág. 7/8



JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS
Registro Digital

O ato foi deferido e assinado digitalmente por :

Identificação do(s) Assinante(s)	
CPF	Nome
150.862.326-00	ZELIA DA COSTA CAVALCANTI
873.638.956-00	MARINELY DE PAULA BOMFIM

Belo Horizonte, Quinta-feira, 13 de Dezembro de 2018



Junta Comercial do Estado de Minas Gerais

Certifico registro sob o nº 31211239076 em 13/12/2018 da Empresa AGENCIA DE SERVICOS TECNOLOGICOS BIKE LTDA, Nire 31211239076 e protocolo 186248261 - 13/12/2018. Autenticação: 6AE54D6EF23607FAA14E6BA9C1E7CB336C446CD. Marinely de Paula Bomfim - Secretária-Geral. Para validar este documento, acesse <http://www.jucemg.mg.gov.br> e informe nº do protocolo 18/624.826-1 e o código de segurança bslP. Esta cópia foi autenticada digitalmente e assinada em 13/12/2018 por Marinely de Paula Bomfim - Secretária-Geral.


MARINELY DE PAULA BOMFIM
Secretária-Geral

pág. 8/8

**PRIMEIRA ALTERAÇÃO DO CONTRATO SOCIAL DA SOCIEDADE
EMPRESÁRIA LTDA**

AGÊNCIA DE SERVIÇOS TECNOLÓGICOS BIKE LTDA
CNPJ 32.249.241/0001-65
NIRE 31211239076

Pelo presente instrumento de alteração contratual, os abaixo assinados:

ROMNEY MAXIMINO DA GAMA, brasileiro, nascido no dia 08/01/1980, solteiro, Designer Gráfico, portador do CPF nº 040.446.126-33, documento de identidade 320445859, expedida pela SSP/SP, residente e domiciliado a Rua Maria Adelaide Junqueira, 530, bairro Jardim das Acácias, Poços de Caldas-MG, CEP 37705-604; e,

ITAMAR BEZERRA JUNIOR, brasileiro, nascido no dia 08/11/1993, casado sob o regime de Comunhão Parcial de Bens, Programador, portador do CPF nº 114.589.756-81, documento de identidade MG17237988, expedida pela SSP/MG, residente e domiciliado a Rua Benedito Lopes Bueno, 435, casa 01, bairro Jardim São Bento, Poços de Caldas-MG, CEP 37713-310;

Únicos sócios componentes da sociedade empresária Ltda, que gira sob a denominação social de "**AGÊNCIA DE SERVIÇOS TECNOLÓGICOS BIKE LTDA**", estabelecida nesta cidade de Poços de Caldas-MG, à Rua Ouro Preto nº 66, sala 07, bairro Jardim dos Estados, CEP 37701-031, inscrita no CNPJ sob nº 32.249.241/000165, conforme Contrato de constituição de Sociedade empresária Ltda registrado e arquivado na Junta Comercial do Estado de Minas Gerais sob o NIRE 31211239076 em 13/12/2018; decidiram por unanimidade e na melhor forma de direito promover a presente alteração contratual, visando a alteração do endereço da Sede, o Contrato Social vigente passará a seguinte redação consolidada:

DO ENDEREÇO DA SEDE:

A sede da Sociedade até então situada à Rua Ouro Preto nº 66, sala 07, bairro Jardim dos Estados, Poços de Caldas-MG, CEP 37701-031, transfere para a à Rua Ouro Preto nº 64, sala 04, bairro Jardim dos Estados, CEP 37701-031.

Em razão da modificação no preâmbulo, as cláusulas do Contrato Social consolidado passam a ter as seguintes redações:

CONSOLIDAÇÃO DO CONTRATO SOCIAL DE
AGÊNCIA DE SERVIÇOS TECNOLÓGICOS BIKE LTDA
CNPJ 32.249.241/0001-65
NIRE 31211239076

1º CLÁUSULA:

DENOMINAÇÃO E SEDE

A sociedade gira sob a denominação social de "**AGÊNCIA DE SERVIÇOS TECNOLÓGICOS BIKE LTDA**", estabelecida nesta cidade de Poços de Caldas-MG, à Rua Ouro Preto nº 64, sala 04, bairro Jardim dos Estados, CEP 37701-031.

2º CLÁUSULA:

OBJETO SOCIAL

O Objeto da Sociedade é a prestação de Serviços de desenvolvimento de sites web design, desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis, serviço de edição audiovisual de pós-produção cinematográfica de vídeos e de programas de televisão, assistência técnica em hardware tais como reparação e manutenção de computadores e de equipamentos periféricos, e agencia de publicidade.

3º CLÁUSULA:

PRAZO

A sociedade iniciou suas atividades em 13 de dezembro de 2018 e seu prazo de duração será por tempo indeterminado.

4º CLÁUSULA:

CAPITAL SOCIAL

O capital social permanece inalterado de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) dividido em 5.000 (cinco mil) quotas, no valor nominal de R\$ 1,00 (um real) cada uma, totalmente subscritas e integralizadas em moeda corrente nacional pelos sócios, na seguinte proporção:

NOME	PERCENTUAL	Nº de quotas	Valor do Capital
Romney Maximino da Gama	50%	2.500	R\$ 2.500,00
Itamar Bezerra Junior	50%	2.500	R\$ 2.500,00
TOTAL	100%	5.000	R\$ 5.000,00

PARÁGRAFO ÚNICO

A responsabilidade de cada um dos sócios é restrita ao valor de suas respectivas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do Capital Social (Art.1052 do Código Civil, Lei nº 10406 de 10/01/2002).

5º CLÁUSULA:

DA ADMINISTRAÇÃO

A Administração da Sociedade caberá aos sócios **Romney Maximino da Gama e Itamar Bezerra Junior**, que assinarão em conjunto, sendo-lhes, entretanto, vedado o uso do nome social em negócios estranhos aos interesses sociais ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, tais como: avais, fianças, endossos, abonos e outros atos equivalentes, sendo que será responsabilizado judicialmente aquele que por ventura infringir tal disposição.

PARÁGRAFO 1º

Caso a sociedade tenha necessidade de indicar ou destituir administradores não sócios, cujo ato será feito por reunião de sócios, nos termos do artigo 1061, da Lei nº 10406 de 2002.

PARÁGRAFO 2º

O administrador nomeado em ato separado será investido no cargo mediante termo de posse no livro de atas da administração, em 10 (dez) dias providenciando a sua averbação no registro competente.

PARÁGRAFO 3º

As procurações outorgadas pela Sociedade o serão por um administrador Individualmente, e, além de mencionarem expressamente os poderes conferidos, deverão, com exceção daquelas para fins judiciais, conter o período de validade limitado.

6º CLÁUSULA:

DA RETIRADA DE PRO LABORE

Os sócios administradores, **Romney Maximino da Gama e Itamar Bezerra Junior**, terão direito a uma retirada mensal a título de Pro Labore, a ser fixada anualmente pelo consenso dos sócios, a ser levada a débito da conta "Despesas Administrativas" ou conta subsidiária, dentro dos limites estabelecidos pela legislação do Imposto de Renda.

7ª CLÁUSULA:

BALANÇOS ANUAIS E PARTILHA DE RESULTADOS

O ano cível coincidirá com o ano social. Anualmente em 31 de dezembro, proceder-se-á à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e as demais demonstrações financeiras da Sociedade exigidas pela legislação societária e fiscal, e o resultado apurado terá o destino que a maioria simples dos quotistas decidir em assembleia;

PARÁGRAFO 1º

Nos quatro meses ao término do exercício social, os sócios se reunirão para deliberar sobre as contas da administração e designarão administrador(es) quando for o caso.

PARÁGRAFO 2º

Poderão os sócios de lhes convier, acordar em que não se faça a distribuição dos lucros regularmente apurados em balanço, permanecendo os mesmos no total ou em partes em suspensos para posterior aumento de capital.

PARÁGRAFO 3º

A sociedade poderá levantar balanços e demonstrações de resultado intermediários, em período mensal, trimestral e semestral, preparados com propósitos fiscais ou pra distribuição de lucros apurados com base em tais balanços, na proporção de suas participações no capital social da Sociedade, observada a reposição de lucros quando a distribuição afetar o capital social.

PARÁGRAFO 4º

Nas deliberações dos sócios, o(s) Administrador (es) dará(ao) preferência à forma estabelecida no art. 1072 § 3º do Código Civil, ou convocarão os sócios consoante o disposto no § 2º do mesmo artigo.

PARÁGRAFO 5º

As deliberações sociais serão aprovadas por ambos os sócios, ressalvadas as exceções previstas em lei ou no Contrato Social.

8ª CLÁUSULA:

DISPOSIÇÃO SOBRE COTAS

Falecendo ou sendo interditado qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou do sócio remanescente, o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado.

PARÁGRAFO PRIMEIRO

As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o expreso consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condição e preço, o direito de preferência para adquiri-las, observando-se o seguinte: a) o sócio deverá ser comunicado por escrito para se manifestar a respeito da preferência no prazo de 30 (trinta) dias, contados do recebimento da notificação; b) findo o prazo para o exercício da preferência, sem que os sócios se manifestem ou havendo sobras, poderá as quotas ser cedidas ou alienadas a terceiros;

PARÁGRAFO SEGUNDO

É vedado aos sócios darem suas quotas de capital em caução, penhor, fiança, hipoteca ou qualquer outro gravame, em juízo ou fora dele, assim como onera-las com cláusula de usufruto, ou qualquer outro ato de disposição de última vontade que, de qualquer forma, venha contrariar ou perturbar os interesses ou fins sociais.

PARÁGRAFO TERCEIRO

A sociedade não terá conselho fiscal

9º CLÁUSULA:

DISPOSIÇÕES GERAIS

O(s) Administrador(es) declara(m), sob as penas da lei, de que não está(ão) impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar(em) sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

10º CLÁUSULA:

FORO

Fica eleito o foro de Poços de Caldas - MG para o exercício e o Cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

9ª CLÁUSULA:

DISPOSIÇÕES GERAIS

O(s) Administrador (es) declara(m), sob as penas da lei, de que não está(ão) impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar(em) sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

Para os casos omissos ou dúvidas, aplicar-se-ão as disposições contidas no Código Civil e Comercial, especialmente as que digam a respeito à Legislação das Sociedades Limitada (art.1052 e seguintes do Código Civil), e supletivamente, no que couberem, as disposições legais da Lei de Sociedades por Ações (Lei nº 6404/76) e suas posteriores alterações.

E, por estarem assim justos e contratados, assinam Digitalmente o presente Contrato Social, em 01 (uma) via, devendo a mesma ficar arquivada na Junta Comercial do Estado de Minas Gerais, para todos os efeitos legais e jurídicos.

Poços de Caldas, 10 de janeiro de 2019.

Assinado Digitalmente

Romney Maximino da Gama

Assinado Digitalmente

Itamar Bezerra Junior

Cotação serviço de publicidade - lei 14.124/2021



De <arp@garca.sp.gov.br>

Para <simone@housecriativa.com.br>

Data 22/07/2021 11:46

Proposta - assinada.jpeg (~129 KB)

Bom dia,

Venho através deste solicitar cotação de preço de serviço de Publicidade para atendimento a Lei 14.124 de 10 de março de 2021.

Segue em anexo a proposta.

At.te.,

Fábio Bonassa

Secretário Municipal de Informação, Comunicação e Eventos

Proposta - assinada.jpeg

~129 KB



Identificação da Empresa Proponente:

Razão Social: House Criativa Comunicação Ltda
CNPJ: 08.889.690/0001-93 **Inscrição Municipal:** 503451
Endereço: R. Benjamin Constant, 7-86 – Higienópolis – Bauru – SP – 17013-206
Telefone: (14) 3232-1897


OBJETO

Contratação excepcional de serviços de publicidade institucional/utilidade pública pelo Município de Garça, assim entendida, nos termos do artigo 2º da Lei 12.232/2010, o conjunto de atividades realizadas integralmente 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 e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo específico de educar, informar e orientar quanto à necessidade dos munícipes serem vacinados contra a covid-19 e na tomada de ações e de enfrentamento ao coronavírus quanto à utilização de máscaras, não aglomeração, lavagem assídua das mãos, utilização de álcool gel e outras medidas recomendadas de acordo com o Plano Nacional de Operacionalização da Vacinação contra a Covid, bem como com os protocolos, determinações e recomendações do Governo do Estado de São Paulo e do Município de Garça nesse sentido.

REMUNERAÇÃO

ITEM	PERCENTUAL
Percentual de desconto sobre os custos internos baseado na tabela referencial de preços do SINAPRO - Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo	85% (oitenta e cinco por cento)

Bauru, 22 de julho de 2021



Elisângela Parreira de Miranda Barduzzi
Sócia Proprietária / Diretora de Criação
RG: 32.886.201-0 CPF 304.582.068-90

CAMPANHA - ORIENTAÇÃO SOBRE VACINAÇÃO CONTRA COVID-19
CRIAÇÕES

Título	Descrição / Peças	Descrição Sinopse	Qtd	Criação / Finalização (diário)	Criação / Finalização	Fig. Tabela Sinopse	Valor com desconto de contrato (85%) sobre Tabela Sinopse	Revisão - Já com desconto 85%	OSS	Período
Redes Sociais	post	post simples	12	R\$ 2.941,88	R\$ 16.291,20	28	R\$ 7.585,91			agosto 21
Redes Sociais	post	post simples	9	R\$ 2.941,88	R\$ 11.801,00	28		R\$ 1.773,00		agosto 21
Redes Sociais	Stories	adaptação - estático	16	R\$ 1.782,89	R\$ 28.525,84	27		R\$ 4.278,18		agosto 21
VT	rotulo VT - versão 01" com ref.ado para 30"	post simples	1	R\$ 26.782,20	R\$ 28.781,08	23	R\$ 4.314,31			agosto 21
Socil	rotulo spol 30"	spol	1	R\$ 6.485,01	R\$ 6.445,00	23	R\$ 988,15			agosto 21
informativa	informativo digital com até 6 páginas	poster	1	R\$ 8.489,01	R\$ 13.079,00	20	R\$ 3.260,82		Criação R\$ 2.907,33 Finalização do 6 páginas R\$ 1.672,500 = R\$ 13.950,00	novembro 21
Gestão de redes sociais	Gestão de criação de conteúdo e frequência de publicação para mídias sociais, com até 6 posts por mês	Gestão Redes Sociais	2	R\$ 28.883,94	R\$ 10.721,68	20	R\$ 8.639,10		2 meses	setembro, outubro 2021
Gestão de redes sociais	Gestão de criação de conteúdo e frequência de publicação para mídias sociais, com até 6 posts por mês	Gestão Redes Sociais	3	R\$ 28.883,94	R\$ 88.591,52	20		R\$ 12.988,73	3 meses	novembro e dezembro 2021 e janeiro 2022
					R\$ 141.308,70		R\$ 23.889,04	R\$ 19.041,50		

CAMPANHA - ORIENTAÇÃO SOBRE VACINAÇÃO CONTRA COVID-19
TOTAL INVESTIMENTO

Título	Peça	Descrição	Fornecedor (Prestado)	Serviço	Valor Líquido Produção / Veiculação	% de Contato	Valor Considerado Mídia	Bruto Produção	Bruto Veiculação	Autenticação	RF Fornecedor/eleitor	MT HOUSE
Criações			House					R\$ 23.689,54				
	spot	spot	Leon	produção	R\$ 135,00	10%	R\$ 13,50	R\$ 148,50				
	VT	VT	Leon	produção	R\$ 3.400,00	10%	R\$ 340,00	R\$ 3.740,00				
	Player	envio de VT para TV	TV Tere	veiculação	R\$ 230,00	0%	R\$ -		R\$ 230,00			
	VT 30"	inscrições	TV Tere	veiculação	R\$ 22.400,00	25%	R\$ 5.600,00		R\$ 28.000,00			
	VT 30"	inscrições	Record	veiculação	R\$ 10.400,00	20%	R\$ 2.080,00		R\$ 12.480,00			
	VT 30"	inscrições	SBT	veiculação	R\$ 8.400,00	25%	R\$ 2.100,00		R\$ 10.500,00			
	VT 30"	inscrições	Band	veiculação	R\$ 8.800,00	20%	R\$ 1.760,00		R\$ 10.560,00			
	Portal - G1	banner	G1	veiculação	R\$ 2.400,00	25%	R\$ 600,00		R\$ 3.000,00			
	Portal - SBT	VT pré-roll	SBT Digital	veiculação	R\$ 1.600,00	25%	R\$ 400,00		R\$ 2.000,00			
	Redes Sociais	posts	Facebook / Instagram	veiculação	R\$ 4.000,00	20%	R\$ 800,00		R\$ 5.000,00			
					R\$ 60.985,00		R\$ 14.653,50	R\$ 3.893,50	R\$ 71.730,00			

Produção	R\$ 3.893,50
veiculação	R\$ 71.730,00
Criação	R\$ 11.899,60
TOTAL/MT	R\$ 87.523,10

Bauru, 09 de agosto de 2021.

Cliente: Prefeitura Municipal de Garça

Empenho 11955

Resumo Financeiro - Contrato 040/2021

PERÍODO: AGOSTO/2021 A JANEIRO/2021					
PERÍODO	criação	produção/bruto	veiculação/bruto	TOTAL BRUTO UTILIZADO	Saldo do Empenho
				EMPENHO (30/07/2021) 11955	R\$ 99.963,00
Agosto	R\$ 12.969,87	R\$ 3.888,50	R\$ -	R\$ 16.858,37	R\$ 83.104,63
Setembro	R\$ 4.329,57	R\$ -	R\$ 67.730,00	R\$ 72.059,57	R\$ 11.045,06
Outubro	R\$ 4.329,57	R\$ -	R\$ 1.000,00	R\$ 5.329,57	R\$ 5.715,49
Novembro	R\$ 2.260,62	R\$ -	R\$ 1.000,00	R\$ 3.260,62	R\$ 2.454,87
Dezembro	R\$ -	R\$ -	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.454,87
janeiro-22	R\$ -	R\$ -	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 454,87
TOTAL CONTRATO	R\$ 23.889,63	R\$ 3.888,50	R\$ 71.730,00	R\$ 99.508,11	



R
E
C



173

Rua Agenor Meira, 14-70 - Centro
Bauru-SP - CEP 17015-301
Telefone: (14) 3224-3877
www.regiacontabil.com.br



Há mais de 30 anos trazendo soluções para sua empresa

SINGULAR

-ALTERAÇÃO CONTRATUAL-

As abaixo assinadas:-

ELISANGELA PARREIRA DE MIRANDA BARDUZZI, brasileira, casada pelo regime de comunhão parcial de bens, empresaria, natural de Bauru/SP, nascida em 22/12/1978, residente e domiciliada nesta cidade de Bauru, Estado de São Paulo na Rua Machado de Assis, nº 14-14, Apto 401, Vila Altinópolis, CEP-17012-140, portadora do RG 32.886.201-0 (ssp/sp) e CPF 304.582.068-90, "e"

ESTER PARREIRA DE MIRANDA, brasileira, solteira, empresária, natural de Bauru/SP, nascida em 04/04/1977, residente e domiciliada nesta cidade de Bauru, Estado de São Paulo na Rua David Pereira Coimbra, nº. 1-95, Jardim Rosas do Sul, CEP-17030-690, portadora do RG 32.886.293-9 (ssp/sp) e CPF 264.443.638-96,

Únicas sócias componentes da sociedade limitada, que gira nesta praça de Bauru/SP, sob a denominação social de:-

HOUSE CRIATIVA COMUNICAÇÃO LTDA

Rua Agostinho Fornetti, nº. 10-39,
Jardim Marajoara - CEP 17064-170 - Bauru/SP
CNPJ 08.889.690/0001-93

Conforme Contrato Social primitivo registrado na Junta Comercial do Estado de São Paulo sob nº. 35.221.339.603 em sessão de 23/05/2007 e última alteração contratual registrada sob nº. 444.525/14-2 em sessão de 02/12/2014.

Tem entre si justos e contratados as, alterações, a saber:-

desde 1978

-PRIMEIRA-

A empresa que mantinha seu endereço nesta cidade de Bauru, Estado de São Paulo, a Rua Agostinho Fornetti, nº. 10-39, Jardim Marajoara, CEP 17064-170, **neste ato passa** para a Rua Benjamin Constant, nº. 7-86, Vila Silva Pinto, CEP 17013-206, nesta cidade de Bauru, Estado de São Paulo.-

-SEGUNDA-

A sócia **ELISANGELA PARREIRA DE MIRANDA BARDUZZI**, que possuía suas quotas de capital no valor de R\$ 396.000,00 (trezentos e noventa e seis mil reais), neste ato subscreve e integraliza mais 354.000 (trezentas e cinquenta e quatro mil) quotas de capital no valor R\$-1,00 (hum real) cada uma num total de R\$ 354.000,00 (trezentos e cinquenta e quatro mil reais), provenientes de lucros acumulados em balanços de exercícios anteriores a 2021, totalizando assim suas quotas de capital no valor de R\$ 750.000,00 (setecentos e cinquenta mil reais).-

-TERCEIRA-

A sócia **ESTER PARREIRA DE MIRANDA**, que possuía suas quotas de capital no valor de R\$ R\$ 4.000,00 (quatro mil reais) neste ato subscreve e integraliza mais 746.000 (setecentos e quarenta e seis mil) quotas de capital no valor de R\$-1,00 (hum real) cada uma num total de R\$ 746.000,00 (setecentos e quarenta e seis mil reais), provenientes de lucros acumulados em balanços de exercícios anteriores a 2021, totalizando assim suas quotas de capital no valor de R\$ 750.000,00 (setecentos e cinquenta mil reais).-

-QUARTA-

A empresa neste ato eleva seu capital social de R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais) para R\$-1.500.000,00 (hum milhão e quinhentos mil reais), divididas em 1.500.000 (um milhão e quinhentas mil) quotas de capital, no valor de R\$-1,00 (hum real) cada uma, subscrita e integralizadas neste ato em moeda corrente nacional, entre as sócias a saber:-

a-)A sócia **ELISANGELA PARREIRA DE MIRANDA BARDUZZI**, 750.000 (setecentas e cinquenta mil) quotas de capital no valor de R\$-1,00 (hum real) cada uma, num total de.....R\$- 750.000,00-

desde 1978

Há mais de 30 anos trazendo soluções para sua empresa

b-) A sócia **ESTER PARREIRA DE MIRANDA**, 750.000 (setecentas e cinquenta mil) quotas de capital no valor de R\$-1.00 (um real) cada uma, num total de.....R\$- 750.000,00

PERFAZENDO AQUELE TOTAL DE..... R\$-1.500.000,00

ÚNICO:- A responsabilidade de cada sócia é restrita ao valor de suas quotas, mas todas respondem solidariamente pela integralização do capital social.-

-QUINTA-

A administração da sociedade caberá as sócias **ELISANGELA PARREIRA DE MIRANDA BARDUZZI** e **ESTER PARREIRA DE MIRANDA**, individualmente, com os poderes e atribuições de representá-la ativa e passivamente em juízo ou fora dele, perante todas as repartições públicas e autarquias federais, estaduais e municipais, inclusive movimentação das contas bancárias, praticando enfim todas as operações e transações de interesse da sociedade autorizando o uso do nome empresarial, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer das quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar imóveis da sociedade, sem autorização do outra.-

-SEXTA-

As sócias **ELISANGELA PARREIRA DE MIRANDA BARDUZZI** e **ESTER PARREIRA DE MIRANDA**, poderá retirar mensalmente uma determinada importância a título de Pró-labore, essa retirada poderá ser alterada, elevada ou reduzida mediante simples entendimento entre as sócias desde que atendidos os limites e as possibilidades financeiras da sociedade.-

-SETIMA-

Fica convencionado entre as sócias que no caso de falecimento de uma delas os herdeiros não poderão ingressar na sociedade, porém, seus haveres deverão ser pagos mediante balanço especial levantado na ocasião da falta de uma das sócias. Essa medida visa à continuidade da empresa com a sócia remanescente considerando a necessidade de conhecimento técnico específico para sua continuidade observando o objeto da empresa. O pagamento deverá ser feito em até 12 (doze) meses, após definido o valor dos haveres da sócia falecida aos herdeiros, conforme previsão estabelecida no Artigo 1031 do Código Civil.

desde 1978

Há mais de 30 anos trazendo soluções para sua empresa

-OITÁVA-

Considerando o acordado entre as sócias onde manifestam a vontade da não participação dos herdeiros na sociedade, não se fará necessário a presença dos mesmos em possível alteração contratual com a permanência da sócia remanescente, em busca da legalização do quadro societário, ficando desta feita, as quotas dos herdeiros em tesouraria, ou a redução do capital ou a integralização da sócia remanescente pelo valor das quotas da sócia falecida. -

-NONA-

As sócias definem entre si que independentemente da contribuição de cada sócia na formação do capital social, ou seja, da sua participação no capital social, a distribuição dos lucros ou prejuízos da sociedade poderão ser realizados não necessariamente de acordo com o percentual de cada uma. Entretanto essa distribuição de lucros ou prejuízos fica condicionada ao conselho entre as partes, dentro de cada exercício.

-DECIMA-

A presente alteração é considerada em vigor a partir da data do Registro na Junta Comercial do Estado de São Paulo, ficando mantidas todas as demais cláusulas do contrato social primitivo e posteriores alterações, que não tenha sofrido modificação no presente instrumento. -

E, em razão das alterações havidas as sócias resolvem promover:-

CONSOLIDAÇÃO DO CONTRATO SOCIAL

NIRE 35.221.339.603

CNPJ 08.889.690/0001-93

ELISANGELA PARREIRA DE MIRANDA BARDUZZI, brasileira, casada pelo regime de comunhão parcial de bens, empresaria, natural de Bauru/SP, nascida em 22/12/1978, residente e domiciliada nesta cidade de Bauru, Estado de São Paulo na Rua Machado de Assis, nº 14-14, Apto 401, Vila Altinópolis, CEP-17012-140, portadora do RG 32.886.201-0 (ssp/sp) e CPF 304.582.068-90, "e"



Há mais de 30 anos trazendo soluções para sua empresa

**REGILINE ASSESSORIA EMPRESARIAL, CONTÁBIL
E CONSULTORIA TRIBUTÁRIA EIRELI**

CNPJ: 18.130.225/0001-28

Rua Agenor Meira, 14-70 - Centro

Bauru-SP - CEP 17015-301

Telefone: (14) 3224-3877

www.regiacontabil.com.br

ESTER PARREIRA DE MIRANDA, brasileira, solteira, empresária, natural de Bauru/SP, nascida em 04/04/1977, residente e domiciliada nesta cidade de Bauru, Estado de São Paulo na Rua David Pereira Coimbra, n°. 1-95, Jardim Rosas do Sul, CEP-17030-690, portadora do RG 32.886.293-9(ssp/sp) e CPF 264.443.638-96,

HOUSE CRIATIVA COMUNICAÇÃO LTDA

de acordo com o código civil brasileiro aprovado pela Lei 10.406 de 10 Janeiro de 2002, mediante cláusula e condições a saber:

-PRIMEIRA-

A sociedade tem sua sede nesta cidade de Bauru, Estado de São Paulo, na Rua Benjamin Constant, n°. 7-86, Vila Silva Pinto, CEP 17013-206, com o seu objeto social de **prestação de serviço de agência de Publicidade e Propaganda, bem como atividades complementares e vinculadas a atividade principal.-**

-SEGUNDA-

A sociedade iniciou suas atividades em 01/05/2007, e seu prazo de duração é por tempo indeterminado. -

-TERCEIRA-

O capital social da empresa é de R\$- 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais), divididas em 1.500.000 (um milhão e quinhentas mil) quotas de capital, no valor de R\$-1,00 (um real) cada uma, subscrita e integralizadas em moeda corrente nacional, entre as sócias a saber:-

a-)A sócia **ELISANGELA PARREIRA DE MIRANDA BARDUZZI**, 750.000 (setecentas e cinquenta mil) quotas de capital no valor de R\$- 1,00 (um real) cada uma, num total de.....R\$- 750.000,00-

desde 1978

Há mais de 30 anos trazendo soluções para sua empresa

b-) A sócia **ESTER PARREIRA DE MIRANDA**, 750.000 (setecentas e cinquenta mil) quotas de capital no valor de R\$-1.00 (hum real) cada uma, num total de.....R\$- 750.000,00

PERFAZENDO AQUELE TOTAL DE..... R\$-1.500.000,00

ÚNICO:- A responsabilidade de cada sócia é restrita ao valor de suas quotas, mas todas respondem solidariamente pela integralização do capital social.

-QUARTA-

A administração da sociedade caberá as sócias **ELISANGELA PARREIRA DE MIRANDA BARDUZZI** e **ESTER PARREIRA DE MIRANDA**, individualmente, com os poderes e atribuições de representá-la ativa e passivamente em juízo ou fora dele, perante todas as repartições públicas e autarquias federais, estaduais e municipais, inclusive movimentação das contas bancárias, praticando enfim todas as operações e transações de interesse da sociedade autorizando o uso do nome empresarial, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer das quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar imóveis da sociedade, sem autorização do outra.-

-QUINTA-

As sócias **ELISANGELA PARREIRA DE MIRANDA BARDUZZI** e **ESTER PARREIRA DE MIRANDA**, poderá retirar mensalmente uma determinada importância a título de Pró-labore, essa retirada poderá ser alterada, elevada ou reduzida mediante simples entendimento entre as sócias desde que atendidos os limites e as possibilidades financeiras da sociedade.-

-SEXTA -

Fica convencionado entre as sócias que no caso de falecimento de uma delas os herdeiros não poderão ingressar na sociedade, porém, seus haveres deverão ser pagos mediante balanço especial levantado na ocasião da falta de uma das sócias. Essa medida visa à continuidade da empresa com a sócia remanescente considerando a necessidade de conhecimento técnico específico para sua continuidade observando o objeto da empresa. O pagamento deverá ser feito em até 12 (doze) meses, após definido o valor dos haveres da sócia falecida aos herdeiros, conforme previsão estabelecida no Artigo 1031 do Código Civil.-

desde 1978



REGILINE ASSESSORIA EMPRESARIAL, CONTÁBIL
E CONSULTORIA TRIBUTÁRIA FIRELI

- SETIMA -

-OITAVA-

-NONA-

-DECIMA-

-DÉCIMA PRIMEIRA-

desde 1978

-DÉCIMA SEGUNDA-

Nenhuma das sócias poderão ceder ou transferir suas quotas de capital a terceiros no todo ou em partes, sem o consentimento da outra sócia, cabendo-lhes a este o direito de preferência para a aquisição em igualdade de condições.-

-DÉCIMA TERCEIRA-

As Administradoras declaram, sob as penas da Lei, que não estão impedidas de exercerem a administração da sociedade, por Lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrarem sob os efeitos dela, a pena que vede ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa de concorrência, contra as relações de consumo, fé pública ou a propriedade.

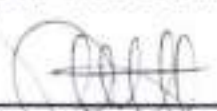
-DÉCIMA QUARTA-

Fica eleito o foro da comarca de Bauru, Estado de São Paulo para dirimir as dúvidas oriundas na interpretação do presente instrumento. -


E, por assim haverem justos e contratados firmam o presente perante as testemunhas adiante assinadas. -

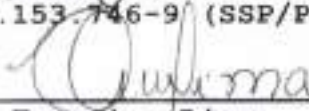
BAURU/SP, 05 de Maio de 2021.


ELISÂNGELA PARREIRA DE MIRANDA BARDUZZI


ESTER PARREIRA DE MIRANDA

TESTEMUNHAS


Cristiana de Andrade Cunha
RG- 7.153.746-9 (SSP/PR)


Ester Ferreira Lima
RG- 13.913.927-8 (SSP/SP)



JUCESP

desde 1978

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
MINISTÉRIO DAS CIDADES
DEPARTAMENTO NACIONAL DE TRÂNSITO
CARTEIRA NACIONAL DE HABILITAÇÃO



VALID

VÁLIDA EM TODO
O TERRITÓRIO NACIONAL
1319618026

NOME
ESTER PARREIRA DE MIRANDA



DOC. IDENTIDADE / ÓRG. EMISSOR / UF
32886293 SSP/SP

CPF
264.443.638-96

DATA NASCIMENTO
04/04/1977

FILIAÇÃO
RUI PARREIRA DE MIRANDA
A
MARIA CANDIDO

PERMISSÃO
[]

ACC
[]

CAT. HAB.
B

Nº REGISTRO
04004422015

VALIDADE
19/09/2021

1ª HABILITAÇÃO
21/12/2006

OBSERVAÇÕES

ASSINATURA DO PORTADOR

LOCAL
BAURU, SP

DATA EMISSÃO
19/09/2016

Nome do emissor: Dorcilene Resende de Souza, ex-Diretora de Trânsito SP
ASSINATURA DO EMISSOR

45818508651
SP828470383

DETRAN-SP (SAO PAULO)

PROIBIDO PLASTIFICAR

1319618026

REPUBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
MINISTÉRIO DAS CIDADES
DEPARTAMENTO NACIONAL DE TRANSITO
CARTEIRA NACIONAL DE HABILITAÇÃO



NOME
ELISANGELA PARREIRA DE MIRANDA BARDUZZI

DOC. IDENTIDADE / ÓRG. EMISSOR / UF
32886201 SSP/SP

CPF
304.582.068-90

DATA NASCIMENTO
22/12/1978

FILIAÇÃO
RUI PARREIRA DE MIRANDA
A
MARIA CANDIDO

PERMISSÃO

ACC

CAT. HAB.

B

Nº REGISTRO
04584921038

VALIDADE
10/11/2023

1ª HABILITAÇÃO
10/03/2009

OBSERVAÇÕES

A

ASSINATURA DO PORTADOR

LOCAL
BAURU, SP

DATA EMISSÃO
12/11/2018

Maxwell Borges da Moura Viana Diretor Presidente do Detran-SP
ASSINATURA DO EMISSOR

72805904880
SP953251217

SÃO PAULO

ENVELOPE Nº 1 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
PREFEITURA MUNICIPAL DE GARÇA
TERMO DE REFERENCIA - COVID-19



HOUSE CRIATIVA COMUNICAÇÃO LTDA
CNPJ 08.889.690/0001-93

 **housecriativa**
comunicação

PREFEITURA MUNICIPAL DE GARÇA
Protocolo nº 004/21
Processo nº Dispensa
Data: 25/07/21 Hora: 08:00
Franciele A. Soares
Responsável



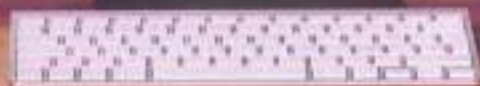
ENVELOPE Nº1



123
456
789



**DOCUMENTOS
DE HABILITAÇÃO**



MUNICÍPIO DE INTERESSE TURÍSTICO GARÇA

Bauru, 27 de julho de 2021.

À PREFEITURA MUNICIPAL DE GARÇA

Ref.: Documentos de Habilitação

Razão Social: House Criativa Comunicação Ltda
CNPJ: 08.889.690/0001-93 **Inscrição Municipal:** 503451
Endereço: R. Benjamin Constant, 7-86 – Higienópolis – Bauru – SP – 17013-206
Telefone: (14) 3232-1897

Seguem documentos de habilitação:

1 Habilitação Jurídica

1.1 Contrato social

2. Qualificação Fiscal, Econômico-financeira e Declarações

- 2.1 Cartão CNPJ
- 2.2 Cadastro Municipal pertinente ao ramo de atividade
- 2.3 Certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por ela administrados, inclusive créditos tributários relativos às contribuições sociais, conforme Portaria Conjunta RFB/PGFN nº 1.751 de 02 de outubro de 2014.
- 2.4 Certidão de Regularidade Estadual
- 2.5 Certidão negativa de débito Municipal – mobiliário
- 2.6 Prova de regularidade perante ao FGTS
- 2.7 Certidão Justiça do Trabalho
- 2.8 Certidão Negativa de Falência e Concordata
- 2.9 Cumprimento disposto inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal
- 2.10 Declaração inexistência de impedimento para licitar

3. Qualificação Técnica

3.1 Certificado qualificação técnica – CENP

-ALTERAÇÃO CONTRATUAL-

As abaixo assinadas:-

ELISANGELA PARREIRA DE MIRANDA BARDUZZI, brasileira, casada pelo regime de comunhão parcial de bens, empresaria, natural de Bauru/SP, nascida em 22/12/1978, residente e domiciliada nesta cidade de Bauru, Estado de São Paulo na Rua Machado de Assis, nº 14-14, Apto 401, Vila Altinópolis, CEP-17012-140, portadora do RG 32.886.201-0 (ssp/sp) e CPF 304.582.068-90, "e"

ESTER PARREIRA DE MIRANDA, brasileira, solteira, empresária, natural de Bauru/SP, nascida em 04/04/1977, residente e domiciliada nesta cidade de Bauru, Estado de São Paulo na Rua David Pereira Coimbra, nº. 1-95, Jardim Rosas do Sul, CEP-17030-690, portadora do RG 32.886.293-9(ssp/sp) e CPF 264.443.638-96,

Únicas sócias componentes da sociedade limitada, que gira nesta praça de Bauru/SP, sob a denominação social de:-

HOUSE CRIATIVA COMUNICAÇÃO LTDA

Rua Agostinho Fornetti, nº. 10-39,
Jardim Marajoara - CEP 17064-170 - Bauru/SP
CNPJ 08.889.690/0001-93

Conforme Contrato Social primitivo registrado na Junta Comercial do Estado de São Paulo sob nº. 35.221.339.603 em sessão de 23/05/2007 e última alteração contratual registrada sob nº. 444.525/14-2 em sessão de 02/12/2014.

Tem entre si justos e contratados as, alterações, a saber:-

SE TABELÃO DE NOTAS E DE PROTESTO DA
LETRAS E TÍTULOS
Rua Zandermark, 12-39 - Fone 3879-4280
SEBASTIÃO POMAR - Taboão
AUTENTICAÇÃO AUTENTICAÇÃO
transfere conforme ao original a não
concordância, do qual não há





-PRIMEIRA-

A empresa que mantém seu endereço nesta cidade de Bauru, Estado de São Paulo, na Rua Agostinho Fornetti, nº. 10-39, Jardim Marajoara, CEP 17064-170, neste ato passa para a Rua Benjamin Constant, nº. 7-86, Vila Silva Pinto, CEP 17013-206, nesta cidade de Bauru, Estado de São Paulo.-

-SEGUNDA-

A sócia **ELISANGELA PARREIRA DE MIRANDA BARDUZZI**, que possuía suas quotas de capital no valor de R\$ 396.000,00 (trezentos e noventa e seis mil reais), neste ato subscreve e integraliza mais 354.000 (trezentas e cinquenta e quatro mil) quotas de capital no valor R\$-1,00 (hum real) cada uma num total de R\$ 354.000,00 (trezentos e cinquenta e quatro mil reais), provenientes de lucros acumulados em balanços de exercícios anteriores a 2021, totalizando assim suas quotas de capital no valor de R\$ 750.000,00 (setecentos e cinquenta mil reais).-

-TERCEIRA-

A sócia **ESTER PARREIRA DE MIRANDA**, que possuía suas quotas de capital no valor de R\$ R\$ 4.000,00 (quatro mil reais) neste ato subscreve e integraliza mais 746.000 (setecentos e quarenta e seis mil) quotas de capital no valor de R\$-1,00 (hum real) cada uma num total de R\$ 746.000,00 (setecentos e quarenta e seis mil reais), provenientes de lucros acumulados em balanços de exercícios anteriores a 2021, totalizando assim suas quotas de capital no valor de R\$ 750.000,00 (setecentos e cinquenta mil reais).-

-QUARTA-

A empresa neste ato eleva seu capital social de R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais) para R\$-1.500.000,00 (hum milhão e quinhentos mil reais), divididas em 1.500.000 (um milhão e quinhentas mil) quotas de capital, no valor de R\$-1,00 (hum real) cada uma, subscrita e integralizadas neste ato em moeda corrente nacional, entre as sócias a saber:-

a-) A sócia **ELISANGELA PARREIRA DE MIRANDA BARDUZZI**, 750.000 (setecentas e cinquenta mil) quotas de capital no valor de R\$-1.00 (hum real) cada uma, num total de.....R\$- 750.000,00-

desde 1978



Há mais de 30 anos trazendo soluções para sua empresa

b-) A sócia **ESTER PARREIRA DE MIRANDA**, 750.000 (setecentas e cinquenta mil) quotas de capital no valor de R\$-1.00 (um real) cada uma, num total de..... R\$- 750.000,00

PERFAZENDO AQUELE TOTAL DE..... R\$-1.500.000,00

ÚNICO:- A responsabilidade de cada sócia é restrita ao valor de suas quotas, mas todas respondem solidariamente pela integralização do capital social.-

-QUINTA-

A administração da sociedade caberá as sócias **ELISANGELA PARREIRA DE MIRANDA BARDUZZI** e **ESTER PARREIRA DE MIRANDA**, individualmente, com os poderes e atribuições de representá-la ativa e passivamente em juízo ou fora dele, perante todas as repartições públicas e autarquias federais, estaduais e municipais, inclusive movimentação das contas bancárias, praticando enfim todas as operações e transações de interesse da sociedade autorizando o uso do nome empresarial, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer das quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar imóveis da sociedade, sem autorização do outra.-

-SEXTA-

As sócias **ELISANGELA PARREIRA DE MIRANDA BARDUZZI** e **ESTER PARREIRA DE MIRANDA**, poderá retirar mensalmente uma determinada importância a título de Pró-labore, essa retirada poderá ser alterada, elevada ou reduzida mediante simples entendimento entre as sócias desde que atendidos os limites e as possibilidades financeiras da sociedade.-

-SETIMA-

Fica convencionado entre as sócias que no caso de falecimento de uma delas os herdeiros não poderão ingressar na sociedade, porém, seus haveres deverão ser pagos mediante balanço especial levantado na ocasião da falta de uma das sócias. Essa medida visa à continuidade da empresa com a sócia remanescente considerando a necessidade de conhecimento técnico específico para sua continuidade observando o objeto da empresa. O pagamento deverá ser feito em até 12 (doze) meses, após definido o valor dos haveres da sócia falecida aos herdeiros, conforme previsão estabelecida no Artigo 1031 do Código Civil.

desde 1978

-OITAVA-

Considerando o acordado entre as sócias onde manifestam a vontade da não participação dos herdeiros na sociedade, não se fará necessário a presença dos mesmos em possível alteração contratual com a permanência da sócia remanescente, em busca da legalização do quadro societário, ficando desta feita, as quotas dos herdeiros em tesouraria, ou a redução do capital ou a integralização da sócia remanescente pelo valor das quotas da sócia falecida.-

-NONA-

As sócias definem entre si que independentemente da contribuição de cada sócia na formação do capital social, ou seja, da sua participação no capital social, a distribuição dos lucros ou prejuízos da sociedade poderão ser realizados não necessariamente de acordo com o percentual de cada uma. Entretanto essa distribuição de lucros ou prejuízos fica condicionada ao conselho entre as partes, dentro de cada exercício.

-DECIMA-

A presente alteração é considerada em vigor a partir da data do Registro na Junta Comercial do Estado de São Paulo, ficando mantidas todas as demais cláusulas do contrato social primitivo e posteriores alterações, que não tenha sofrido modificação no presente instrumento. -

E, em razão das alterações havidas as sócias resolvem promover:-



CONSOLIDAÇÃO DO CONTRATO SOCIAL

NIRE 35.221.339.603

CNPJ 08.889.690/0001-93

ELISANGELA PARREIRA DE MIRANDA BARDUZZI,
brasileira, casada pelo regime de comunhão
parcial de bens, empresaria, natural de
Bauru/SP, nascida em 22/12/1978, residente e
domiciliada nesta cidade de Bauru, Estado de
São Paulo na Rua Machado de Assis, nº 14-14,
Apto 401, Vila Altinópolis, CEP-17012-140,
portadora do RG 32.886.201-0 (ssp/sp) e CPF
304.582.068-90, "e"

ESTER PARREIRA DE MIRANDA, brasileira, solteira, empresária, natural de Bauru/SP, nascida em 04/04/1977, residente e domiciliada nesta cidade de Bauru, Estado de São Paulo na Rua David Pereira Coimbra, n°. 1-95, Jardim Rosas do Sul, CEP-17030-690, portadora do RG 32.886.293-9(ssp/sp) e CPF 264.443.638-96,

HOUSE CRIATIVA COMUNICAÇÃO LTDA

de acordo com o código civil brasileiro aprovado pela Lei 10.406 de 10 Janeiro de 2002, mediante cláusula e condições a saber:

-PRIMEIRA-

A sociedade tem sua sede nesta cidade de Bauru, Estado de São Paulo, na Rua Benjamin Constant, n°. 7-86, Vila Silva Pinto, CEP 17013-206, com o seu objeto social de prestação de serviço de agência de Publicidade e Propaganda, bem como atividades complementares e vinculadas a atividade principal.-

-SEGUNDA-

A sociedade iniciou suas atividades em 01/05/2007, e seu prazo de duração é por tempo indeterminado. -

-TERCEIRA-

O capital social da empresa é de R\$- 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais), divididas em 1.500.000 (um milhão e quinhentas mil) quotas de capital, no valor de R\$-1,00 (um real) cada uma, subscrita e integralizadas em moeda corrente nacional, entre as sócias a saber:-

a-) A sócia **ELISANGELA PARREIRA DE MIRANDA BARDUZZI**, 750.000 (setecentas e cinquenta mil) quotas de capital no valor de R\$- 1.00 (um real) cada uma, um total de.....R\$- 750.000,00-



desde 1978

Há mais de 30 anos trazendo soluções para sua empresa



b-) A sócia **ESTER PARREIRA DE MIRANDA**, 750.000 (setecentas e cinquenta mil) quotas de capital no valor de R\$-1.00 (um real) cada uma, num total de..... R\$- 750.000,00

PERFAZENDO AQUELE TOTAL DE..... R\$-1.500.000,00

ÚNICO:- A responsabilidade de cada sócia é restrita ao valor de suas quotas, mas todas respondem solidariamente pela integralização do capital social.

-QUARTA-

A administração da sociedade caberá as sócias **ELISANGELA PARREIRA DE MIRANDA BARDUZZI** e **ESTER PARREIRA DE MIRANDA**, individualmente, com os poderes e atribuições de representá-la ativa e passivamente em juízo ou fora dele, perante todas as repartições públicas e autarquias federais, estaduais e municipais, inclusive movimentação das contas bancárias, praticando enfim todas as operações e transações de interesse da sociedade autorizando o uso do nome empresarial, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer das quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar imóveis da sociedade, sem autorização do outra.-

-QUINTA-

As sócias **ELISANGELA PARREIRA DE MIRANDA BARDUZZI** e **ESTER PARREIRA DE MIRANDA**, poderá retirar mensalmente uma determinada importância a título de Pró-labore, essa retirada poderá ser alterada, elevada ou reduzida mediante simples entendimento entre as sócias desde que atendidos os limites e as possibilidades financeiras da sociedade.-

-SEXTA -

Fica convencionado entre as sócias que no caso de falecimento de uma delas os herdeiros não poderão ingressar na sociedade, porém, seus haveres deverão ser pagos mediante balanço especial levantado na ocasião da falta de uma das sócias. Essa medida visa à continuidade da empresa com a sócia remanescente considerando a necessidade de conhecimento técnico específico para sua continuidade observando o objeto da empresa. O pagamento deverá ser feito em até 12 (doze) meses, após definido o valor dos haveres da sócia falecida aos herdeiros, conforme previsão estabelecida no Artigo 1031 do Código Civil.-

desde 1978

-SETIMA-

Considerando o acordado entre as sócias onde manifestam a vontade da não participação dos herdeiros na sociedade, não se fará necessário a presença dos mesmos em possível alteração contratual com a permanência da sócia remanescente, em busca da legalização do quadro societário, ficando desta feita, as quotas dos herdeiros em tesouraria, ou a redução do capital ou a integralização da sócia remanescente pelo valor das quotas da sócia falecida.-

-OITAVA-

As sócias definem entre si que independentemente da contribuição de cada sócia na formação do capital social, ou seja, da sua participação no capital social, a distribuição dos lucros ou prejuízos da sociedade poderão ser realizados não necessariamente de acordo com o percentual de cada uma. Entretanto essa distribuição de lucros ou prejuízos fica condicionada ao conselho entre as partes, dentro de cada exercício.-

-NONA-

As sócias ficam expressamente proibidas de praticarem atos e transações estranhas aos objetivos da sociedade, tais como aval; fianças; endossos de favor e análogos, caso por algum motivo isto ocorra, a sócia infratora se responsabilizará pelo ato com seu patrimônio pessoal.-

-DECIMA-

Os lucros ou prejuízos verificados anualmente em balanço geral encerrado em 31 de dezembro de cada exercício serão aplicados ou suportados anualmente entre as sócias, independente da contribuição de cada sócia na formação do capital social. Poderão as sócias destinar partes ou a totalidades dos lucros líquidos à constituição de fundo de reserva, a ser utilizado em futuros aumentos do capital social.-

-DÉCIMA PRIMEIRA-

A sócia que desejar retirar-se da sociedade deverá comunicar a outra por escrito e decorrido o prazo de 30 (trinta) dias, após a comunicação, seus haveres serão apurados e pagos de acordo com o estabelecido na ocasião.-

-DECIMA SEGUNDA-

Nenhuma das sócias poderão ceder ou transferir suas quotas de capital a terceiros no todo ou em partes, sem o consentimento da outra sócia, cabendo-lhes a este o direito de preferência para a aquisição em igualdade de condições.-

-DÉCIMA TERCEIRA-

As Administradoras declaram, sob as penas da Lei, que não estão impedidas de exercerem a administração da sociedade, por Lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrarem sob os efeitos dela, a pena que vede ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa de concorrência, contra as relações de consumo, fé pública ou a propriedade.

-DÉCIMA QUARTA-

Fica eleito o foro da comarca de Bauru, Estado de São Paulo para dirimir as dúvidas oriundas na interpretação do presente instrumento. -

E, por assim haverem justos e contratados firmam o presente perante as testemunhas adiante assinadas. -

BAURU/SP, 05 de Maio de 2021.



ELISANGELA PARREIRA DE MIRANDA BARDUZZI

ESTER PARREIRA DE MIRANDA

TESTEMUNHAS-

Cristina de Andrade Cunha
RG- 7.153.746-9 (SSP/PR)

Ester Ferreira Lima
RG- 13.913.927-8 (SSP/SP)



JUCESP

desde 1978



REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
CADASTRO NACIONAL DA PESSOA JURÍDICA

NÚMERO DE INSCRIÇÃO 08.889.690/0001-93 MATRIZ		COMPROVANTE DE INSCRIÇÃO E DE SITUAÇÃO CADASTRAL		DATA DE ABERTURA 23/05/2007	
NOME EMPRESARIAL HOUSE CRIATIVA COMUNICACAO LTDA					
TÍTULO DO ESTABELECIMENTO (NOME DE FANTASIA) HOUSE CRIATIVA COMUNICACAO				PORTE ME	
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE ECONÔMICA PRINCIPAL 73.11-4-00 - Agências de publicidade					
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS SECUNDÁRIAS Não informada					
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA NATUREZA JURÍDICA 206-2 - Sociedade Empresária Limitada					
LOGRADOURO R BENJAMIN CONSTANT		NÚMERO 7-86		COMPLEMENTO *****	
CEP 17.013-206	BARRIO/DISTRITO VILA SILVA PINTO		MUNICÍPIO BAURU		UF SP
ENDEREÇO ELETRÔNICO ELISANGELA@HOUSECRIATIVA.COM.BR		TELEFONE (14) 3238-1697			
ENTE FEDERATIVO RESPONSÁVEL (EFR) *****					
SITUAÇÃO CADASTRAL ATIVA				DATA DA SITUAÇÃO CADASTRAL 23/05/2007	
MOTIVO DE SITUAÇÃO CADASTRAL					
SITUAÇÃO ESPECIAL *****				DATA DA SITUAÇÃO ESPECIAL *****	

Aprovado pela Instrução Normativa RFB nº 1.863, de 27 de dezembro de 2018.

Emitido no dia 03/06/2021 às 16:50:26 (data e hora de Brasília). Página: 1/1

**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAURU**

Secretaria de Economia e Finanças
Departamento de Arrecadação Tributária

Comprovante de Inscrição e de Situação Cadastral

Código da Certidão gerado: 2386335

Número da Inscrição Municipal:

503451

Data da Abertura:

25/06/2007

Nome Empresarial:HOUSE CRIATIVA COMUNICACAO
LTDA ME**CPF/CNPJ:**

08.889.690/0001-93

Endereço Fiscal:

RUA BENJAMIN CONSTANT

Número:

7-86

Complemento:**CEP: Bairro/Distrito: UF:**17.013- VILA SANTOS
206 PINTO

SP

Município:

BAURU

Telefone:(14) 2108-
2004**Tipo:****Ramal:**

Comercial

Dados da Atividade**ISSQN: TUF: Início:****Término:****Nome da Atividade:**

17.02 6.1 03/04/2018

SECRETARIA - EXPEDIENTE, APOIO E
INFRA-ESTRUTURA

17.06 4.7 13/10/2010

PROPAGANDA E PUBLICIDADE

13.04 6.1 25/06/2007 13/10/2010

COMPOSICAO GRAFICA

24.01 4.45 25/06/2007 13/10/2010

CONFECCAO DE CARIMBOS

1.08 6.1 25/06/2007 13/10/2010

MANUTENCAO DE PAGINAS ELETRONICAS
(WEB DESIGN - DESENHO PAGINAS
INTERNET)**Descrição da Atividade:**PRESTACAO DE SERVICO DE AGENCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, BEM
COMO ATIVIDADES COMPLEMENTARES E VINCULADAS A ATIVIDADE
PRINCIPAL, INCLUSIVE APOIO ADMINISTRATIVO**Situação da
Inscrição:**

ATIVA

**Data da
situação:**

08/07/2021

Certidão emitida em: 08/07/2021

F79D257A80239AC371079AB60028FEF7
Chave de autenticação



MINISTÉRIO DA FAZENDA
Secretaria da Receita Federal do Brasil
Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional

**CERTIDÃO NEGATIVA DE DÉBITOS RELATIVOS AOS TRIBUTOS FEDERAIS E À DÍVIDA
ATIVA DA UNIÃO**

Nome: HOUSE CRIATIVA COMUNICACAO LTDA
CNPJ: 08.889.690/0001-93.

Ressalvado o direito de a Fazenda Nacional cobrar e inscrever quaisquer dívidas de responsabilidade do sujeito passivo acima identificado que vierem a ser apuradas, é certificado que não constam pendências em seu nome, relativas a créditos tributários administrados pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e a inscrições em Dívida Ativa da União (DAU) junto à Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN).

Esta certidão é válida para o estabelecimento matriz e suas filiais e, no caso de ente federativo, para todos os órgãos e fundos públicos da administração direta a ele vinculados. Refere-se à situação do sujeito passivo no âmbito da RFB e da PGFN e abrange inclusive as contribuições sociais previstas nas alíneas 'a' a 'd' do parágrafo único do art. 11 da Lei nº 8.212, de 24 de julho de 1991.

A aceitação desta certidão está condicionada à verificação de sua autenticidade na Internet, nos endereços <<http://rfb.gov.br>> ou <<http://www.pgfn.gov.br>>.

Certidão emitida gratuitamente com base na Portaria Conjunta RFB/PGFN nº 1.751, de 2/10/2014.

Emitida às 12:58:42 do dia 31/03/2021 <hora e data de Brasília>.

Válida até 27/09/2021.

Código de controle da certidão: 9599.466F.C5E5.82F9

Qualquer rasura ou emenda invalidará este documento.



Secretaria da Fazenda e Planejamento do Estado de São Paulo

Débitos Tributários Não Inscritos na Dívida Ativa do Estado de São Paulo

CNPJ / IE: 08.889.690/0001-93

Ressalvado o direito da Secretaria da Fazenda e Planejamento do Estado de São Paulo de apurar débitos de responsabilidade da pessoa jurídica acima identificada, é certificado que **não constam débitos** declarados ou apurados pendentes de inscrição na Dívida Ativa de responsabilidade do estabelecimento matriz/filial acima identificado.

Certidão nº 21050140794-29

Data e hora da emissão 17/05/2021 09:01:01

Validade 6 (seis) meses, contados da data de sua expedição.

Qualquer rasura ou emenda invalidará este documento.

A aceitação desta certidão está condicionada à verificação de sua autenticidade no site www.pfe.fazenda.sp.gov.br

**PREFEITURA MUNICIPAL DE BAURU**

Secretaria de Economia e Finanças
Departamento de Arrecadação Tributária

CERTIDÃO NEGATIVA TRIBUTOS MUNICIPAIS

Documento emitido eletronicamente. Número da transação: 2386337

Inscrição Municipal: 503451

Contribuinte: HOUSE CRIATIVA COMUNICACAO LTDA ME - 08.889.690/0001-93

Endereço Fiscal: RUA BENJAMIN CONSTANT, 7-86

Atividade: PRESTACAO DE SERVICO DE AGENCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, BEM COMO ATIVIDADES COMPLEMENTARES E VINCULADAS A ATIVIDADE PRINCIPAL, INCLUSIVE APOIO ADMINISTRATIVO

Empresa aberta em: 25/06/2007

CERTIFICAMOS para os devidos fins, de acordo com informações colhidas em nosso sistema de controle de tributos municipais, a **inexistência de débitos** em relação a inscrição municipal acima discriminada.

Esta certidão refere-se exclusivamente aos **Tributos Mobiliários** e abrange somente a inscrição municipal acima identificada. Nos termos do Art. 102 do Código Tributário Municipal de Bauru, fica ressalvado o direito da Fazenda Municipal de cobrar eventuais débitos anteriores, que sejam apurados posteriormente à emissão deste documento.

Certidão emitida em: 08/07/2021

Prazo de Validade: 6 meses (Lei 4571 de 25/08/2000)

Rua Araújo Leite, 17-47 – Bauru/SP – CEP: 17015-340

Fone: (14) 3235-1469

<https://www2.bauru.sp.gov.br/financas/>

2882783C81DF98DE82F5A498C36E34A0
Chave de autenticação

Voltar

Imprimir

**Certificado de Regularidade
do FGTS - CRF****Inscrição:** 08.889.690/0001-93**Razão Social:** HOUSE CRIATIVA COMUNICACAO LTDA ME**Endereço:** RUA AGOSTINHO FORNETTI 10 39 / VILA MARAJOARA / BAURU / SP /
17064-170

A Caixa Econômica Federal, no uso da atribuição que lhe confere o Art. 7, da Lei 8.036, de 11 de maio de 1990, certifica que, nesta data, a empresa acima identificada encontra-se em situação regular perante o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS.

O presente Certificado não servirá de prova contra cobrança de quaisquer débitos referentes a contribuições e/ou encargos devidos, decorrentes das obrigações com o FGTS.

Validade: 10/04/2021 a 07/08/2021**Certificação Número:** 2021041004501680480006

Informação obtida em 03/06/2021 17:38:05

A utilização deste Certificado para os fins previstos em Lei esta condicionada a verificação de autenticidade no site da Caixa:
www.caixa.gov.br

PODER JUDICIÁRIO
JUSTIÇA DO TRABALHO**CERTIDÃO NEGATIVA DE DÉBITOS TRABALHISTAS**

Nome: HOUSE CRIATIVA COMUNICACAO LTDA (MATRIZ E FILIAIS)

CNPJ: 08.889.690/0001-93

Certidão n°: 15614109/2021

Expedição: 14/05/2021, às 08:59:15

Validade: 09/11/2021 - 180 (cento e oitenta) dias, contados da data de sua expedição.

Certifica-se que HOUSE CRIATIVA COMUNICACAO LTDA (MATRIZ E FILIAIS), inscrito(a) no CNPJ sob o n° 08.889.690/0001-93, NÃO CONSTA do Banco Nacional de Devedores Trabalhistas.

Certidão emitida com base no art. 642-A da Consolidação das Leis do Trabalho, acrescentado pela Lei n° 12.440, de 7 de julho de 2011, e na Resolução Administrativa n° 1470/2011 do Tribunal Superior do Trabalho, de 24 de agosto de 2011.

Os dados constantes desta Certidão são de responsabilidade dos Tribunais do Trabalho e estão atualizados até 2 (dois) dias anteriores à data da sua expedição.

No caso de pessoa jurídica, a Certidão atesta a empresa em relação a todos os seus estabelecimentos, agências ou filiais.

A aceitação desta certidão condiciona-se à verificação de sua autenticidade no portal do Tribunal Superior do Trabalho na Internet (<http://www.tst.jus.br>).

Certidão emitida gratuitamente.

INFORMAÇÃO IMPORTANTE

Do Banco Nacional de Devedores Trabalhistas constam os dados necessários à identificação das pessoas naturais e jurídicas inadimplentes perante a Justiça do Trabalho quanto às obrigações estabelecidas em sentença condenatória transitada em julgado ou em acordos judiciais trabalhistas, inclusive no concernente aos recolhimentos previdenciários, a honorários, a custas, a emolumentos ou a recolhimentos determinados em lei; ou decorrentes de execução de acordos firmados perante o Ministério Público do Trabalho ou Comissão de Conciliação Prévia.



17/05/2021

0008316387

PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO
CERTIDÃO ESTADUAL DE DISTRIBUIÇÕES CÍVEIS

CERTIDÃO Nº: 8933147

FOLHA: 1/1

A autenticidade desta certidão poderá ser confirmada pela internet no site do Tribunal de Justiça.

A Diretoria de Serviço Técnico de Informações Cíveis do(a) Comarca de São Paulo - Capital, no uso de suas atribuições legais,

CERTIFICA E DÁ FÉ que, pesquisando os registros de distribuições de **PEDIDOS DE FALÊNCIA, CONCORDATAS, RECUPERAÇÕES JUDICIAIS E EXTRAJUDICIAIS**, anteriores a 16/05/2021, verificou **NADA CONSTAR** como réu/requerido/interessado em nome de:

HOUSE CRIATIVA COMUNICACAO LTDA, CNPJ: 08.889.690/0001-93, conforme indicação constante do pedido de certidão.

Esta certidão não aponta ordinariamente os processos em que a pessoa cujo nome foi pesquisado figura como autor (a). São apontados os feitos com situação em tramitação já cadastrados no sistema informatizado referentes a todas as Comarcas/Foros Regionais e Distritais do Estado de São Paulo.

A data de informatização de cada Comarca/Foro pode ser verificada no Comunicado SPI nº 22/2019.

Esta certidão considera os feitos distribuídos na 1ª Instância, mesmo que estejam em Grau de Recurso.

Não existe conexão com qualquer outra base de dados de instituição pública ou com a Receita Federal que verifique a identidade do NOME/RAZÃO SOCIAL com o CPF/CNPJ. A conferência dos dados pessoais fornecidos pelo pesquisado é de responsabilidade exclusiva do destinatário da certidão.

A certidão em nome de pessoa jurídica considera os processos referentes à matriz e às filiais e poderá apontar feitos de homônimos não qualificados com tipos empresariais diferentes do nome indicado na certidão (EIRELI, S/C, S/S, EPP, ME, MEI, LTDA).

Esta certidão só tem validade mediante assinatura digital.

Esta certidão é sem custos.

São Paulo, 17 de maio de 2021.

PEDIDO Nº:

0008316387



DECLARAÇÃO

EXISTÊNCIA DE TRABALHO DE MENORES

Declaramos, para os devidos fins e especialmente no que se referir ao Edital de Concorrência nº 01/2021, que a Empresa House Criativa Comunicação Ltda, com sede Rua Benjamin Constant, 7-86, Bauru/SP inscrita no CNPJ/MF sob n. 08.889.890/0001-93 e com Inscrição Estadual Isenta, não mantém em seu quadro de pessoal menores de 18 (dezoito) anos em horário noturno de trabalho ou em serviços perigosos ou insalubres, não mantendo ainda, em qualquer trabalho, menores de 16 (dezesesseis) anos, salvo na condição de aprendizes, a partir de 14 (quatorze) anos.

Bauru, 22 de julho de 2021



Elisângela Parreira de Miranda Barduzzi
Sócia – Diretora de Criação
CPF 304.582.068-90

**DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE IMPEDIMENTO DE LICITAR E
CONTRATAR COM A ADMINISTRAÇÃO**

A Empresa House Criativa Comunicação Ltda – ME, com sede na Rua Benjamin Constant, 7-86 – Bauru – SP, inscrita no CNPJ 08.889.690/0001-93, por sua representante legal (proprietária) Elisângela Parreira de Miranda Barduzzi, DECLARA, sob as penas da lei, que não está sujeita a qualquer impedimento legal para licitar ou contratar com a Administração Pública Federal, Estadual ou Municipal, ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

Bauru, 22 de julho de 2021.



Elisângela Parreira de Miranda Barduzzi
CPF 304.582.068-90



Conselho Executivo das Normas-Padrão



CERTIFICADO

O Conselho Executivo das Normas-Padrão outorga à

HOUSE CRIATIVA COMUNICAÇÃO LTDA

08.889.690/0001-93

Grupo Técnico 8

este Certificado de Qualificação Técnica, por cumprimento das metas de qualidade e compromisso com as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, estabelecidas em dezesseis de dezembro de mil novecentos e noventa e oito.

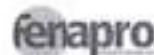
São Paulo, 17 de Fevereiro de 2020

Caio Barsotti

Presidente

O prazo de vigência do Certificado de Qualidade Técnica está condicionado à manutenção dos compromissos técnicos de certificação da Agência, o que deve ser confirmado em www.cenp.com.br. Este documento tem valor por 90 dias, contados da data de sua emissão, indicada no rodapé abaixo.

Entidades Fundadoras:



Entidades Associadas:

Emitido no dia 08/07/2021 às 11:57:19 - Códigos de Controle do Certificado: H088896900020

Atenção: qualquer rasura ou emenda invalidará este documento

ENVELOPE Nº2



123
456
789



**PROPOSTA
TÉCNICA**

**CAPACIDADE DE
ATENDIMENTO**



MUNICÍPIO DE INTERESSE TURÍSTICO GARÇA



A House Criativa atua nos mais diversos segmentos, e essa característica faz de nós uma agência sempre arejada, de mente aberta e atualizada. Entendemos que cada mercado nos exige uma expertise específica, que, por sua vez, nos proporciona um conhecimento que pode ser aplicado nas outras áreas, criando caminhos alternativos para conceitos diferenciados e muito além do senso comum. A seguir, listaremos nossos clientes de âmbito nacional, estadual e/ou local, com seus respectivos ramos de atuação e período do atendimento realizado pela House Criativa. Relação dos clientes atendidos nos últimos 24 (vinte e quatro) meses:



Prefeitura de Marília
Setor: Governamental
Cliente desde abril 2018
Processo licitatório
Serviços prestados: publicidade e marketing, englobando: planejamento, criação, intermediação e acompanhamento de produção, veiculação.



Prefeitura de Pitangueiras
Setor: Governamental
Cliente desde abril 2014
Processo licitatório
Serviços prestados: publicidade e marketing, englobando: planejamento, criação, intermediação e acompanhamento de produção, veiculação.



Prefeitura de Avaré
Setor: Governamental
Cliente desde dezembro 2019
Processo licitatório
Serviços prestados: publicidade e marketing, englobando: planejamento, criação, intermediação e acompanhamento de produção, veiculação.



Prefeitura de Orlandia
Setor: Governamental
Cliente desde abril 2019
Processo licitatório
Serviços prestados: publicidade e marketing, englobando: planejamento, criação, intermediação e acompanhamento de produção, veiculação.



Prefeitura de Itaipava
Setor: Governamental
Cliente desde abril 2021
Processo licitatório
Serviços prestados: publicidade e marketing, englobando: planejamento, criação, intermediação e acompanhamento de produção, veiculação.



Comitê da Bacia Hidrográfica
Rio Paranapanema
Setor: Associação de defesa de direitos sociais
Cliente desde abril 2019
Processo licitatório
Serviços prestados: publicidade e marketing, englobando: planejamento, criação, intermediação e acompanhamento de produção, veiculação.



Unimed Centro Oeste Paulista
Setor: Saúde
Cliente desde 2014
Trabalho por job
Serviços prestados: desenvolvimento de identidade visual, publicidade e marketing, englobando: planejamento e criação.



Fundação Estadual Regional de Saúde da Região de Bauru (FERSB)
Setor: Público
Cliente desde 2016
Trabalho por job
Serviços prestados: desenvolvimento de identidade visual.



Disbauto – Distribuidora Ford de Veículos

Setor: Comércio

Cliente desde 2014

Contrato semestral, renovável automaticamente.

Serviços prestados: publicidade e marketing, englobando: planejamento, criação, intermediação e acompanhamento de produção, veiculação e gestão de mídia social.



Lago-San – Distribuidora Honda de Veículos

Setor: Comércio

Cliente desde 2016

Contrato anual, renovável automaticamente.

Serviços prestados: publicidade e marketing, englobando: planejamento, criação, intermediação e acompanhamento de produção, veiculação e gestão de mídia social.



Supermercados Serve Todos Ltda

Setor: Supermercadista

Cliente desde abril 2008

Contrato anual, renovável automaticamente.

Serviços prestados: publicidade e marketing, englobando: planejamento, criação, intermediação e acompanhamento de produção, veiculação e gestão de mídia social.



Supermercados Superbom Ltda

Setor: Supermercadista

Cliente desde agosto 2009

Contrato anual, renovável automaticamente.

Serviços prestados: publicidade e marketing, englobando: planejamento, criação, intermediação e acompanhamento de produção, veiculação e gestão de mídia social.



Supermercados Nicolau Ltda

Setor: Supermercadista

Cliente desde abril 2015

Contrato anual, renovável automaticamente.

Serviços prestados: publicidade e marketing, englobando: planejamento, criação, intermediação e acompanhamento de produção, veiculação e gestão de mídia social.



Supermercados Donna Maria Ltda

Setor: Supermercadista

Cliente desde agosto 2016

Contrato anual, renovável automaticamente.

Serviços prestados: publicidade e marketing, englobando: planejamento, criação, intermediação e acompanhamento de produção, veiculação e gestão de mídia social.



Supermercados Nori Ltda

Setor: Supermercadista

Cliente desde setembro 2019

Trabalho por job

Serviços prestados: publicidade e marketing, englobando: planejamento, criação, intermediação e acompanhamento de produção, veiculação e gestão de mídia social.



Frigol S/A

Setor: Alimentício

Cliente desde 2014 - último job: junho/2019

Trabalho por job

Serviços prestados: desenvolvimento de identidade visual, embalagens.



Ótica Diniz - Lojas Regionais - Centro-Oeste Paulista

Setor: empresa de varejo

Cliente desde 2019

Trabalho por job

Serviços prestados: publicidade e marketing, englobando: planejamento, criação e gestão de mídia social.



Compac Máquinas e Equipamentos Ltda

Setor: Indústria e varejo de equipamentos para construção civil

Cliente desde julho 2011

Contrato anual, renovável automaticamente.

Serviços prestados: publicidade, englobando: criação, intermediação e acompanhamento de produção e veiculação.



Mezzani Massas Alimentícias Ltda

Setor: Indústria Alimentícia

Cliente desde julho 2012

Trabalho por job

Serviços prestados: publicidade, englobando: criação, intermediação e acompanhamento de produção.



Indusbank Bauru Engenharia e Comércio Ltda

Setor: Engenharia e Construção

Cliente desde junho 2010

Trabalho por job

Serviços prestados: Publicidade e marketing, englobando: planejamento, criação, intermediação e acompanhamento de produção, veiculação e gestão de mídia social.



Victória Brasil Empreendimentos e Construções SPE – Ltda.

Setor: Construções e Incorporações

Cliente atendido desde dezembro/2014

Trabalho por job

Serviços prestados: Publicidade e Marketing com foco em planejamento, criação de campanhas, identidade visual, gestão de mídias digitais, negociação e acompanhamento de produção, veiculação e produção editorial.



Nabileque Incorporadora – Ltda.

Sector: Incorporações

Cliente atendido desde dezembro/2019

Trabalho por job

Serviços prestados: Publicidade e Marketing com foco em planejamento, criação de campanhas, identidade visual, gestão de mídias digitais, negociação e acompanhamento de produção, veiculação e produção editorial.



TV UNESP Bauru

Sector: Educação

Cliente desde 2013

Trabalho por job

Serviços prestados: desenvolvimento de identidade visual



ORGANOGRAMA DA EMPRESA





PLANEJAMENTO E ATENDIMENTO

Ester Parreira de Miranda
Sócia-proprietária,
diretora de planejamento e atendimento

Formação Acadêmica

Pós-graduação – Lato Sensu

Comunicação nas Organizações – USC

Graduação

Comunicação Social hab. Jornalismo – USC

Experiência profissional:

Atuante no segmento da comunicação há mais de 17 anos. Jornalista especializada em Comunicação nas Organizações pela USC. Na sua trajetória profissional destaca-se sua atuação como repórter do caderno local, de economia e cultura do Jornal da Cidade, da Imprensa Oficial do Estado de São Paulo e da Rádio Veritas Bauru. Sua carreira começou já no primeiro ano do curso de graduação em 1998. Atuou por nove anos como Assessora de Comunicação da USC, na assessoria de imprensa da Associação Rural do Centro Oeste Paulista (Arco) – durante realização da Grand Expo Bauru, por quatro anos como redatora e executiva na Editora da Universidade do Sagrado Coração (Edusc), como assessora de imprensa da Rede de Supermercados Confiança e da Associação Paulista de Supermercados (APAS). Hoje é diretora de comunicação da HOUSE CRIATIVA, onde desenvolve projetos e gerencia o atendimento de uma cadeia de clientes dos mais diversos segmentos.



ESTUDO E PLANEJAMENTO

Otávio B. Rodrigues da Costa
Coordenador de Pesquisa e Revisor

Formação Acadêmica

Mestre em Filosofia Política pela UNESP de Marília.

Bacharel em Ciências Sociais UNESP

Bacharel em Direito pela Instituição Toledo de Ensino - ITE

Experiência profissional:

Participação no desenvolvimento, melhoria e na execução de processos operacionais, desde o levantamento das necessidades, planejamento do projeto, elaboração de questionários, instruções de campo, processamento de dados, interpretação analítica dos dados e relatório final. Sólidos conhecimentos em marketing político e eleitoral. Experiência em revisão de textos.

Na área acadêmica: Professor de Filosofia, Ética e Cidadania, Sociologia, Geografia, História, Atualidades em várias escolas e universidades a mais de 14 anos. Coordenador do projeto Cine – Clube da ITE que visa esclarecer alunos de escolas públicas, sobre legislação e direitos através de filmes com temática ética e jurídica, organizações de eventos e debates sobre tais temas. Idealizador e coordenador do projeto Missão Alegria nos Hospitais, que transporta o lúdico (estilo “doutores da alegria”) nas alas hospitalares de Bauru, através de equipe devidamente selecionada, treinada e liderada para tornar os participantes em “Missionários da Alegria”. Atuando até hoje na área de captação e provisão de patrocinadores para o projeto, liderança e treinamento para contato com profissionais de saúde, preparação de material e programa de treinamento, planejamentos de atividades e de custos fazem parte do projeto.



ATENDIMENTO

Thiago Esteffanato
Executivo de Contas e Atendimento

Formação Acadêmica
Bacharelado em Comunicação Social – Jornalismo •
Faculdades Integradas de Três Lagoas-MS
Pós-graduação: Comunicação Empresarial - Unioledo de
Araçatuba-SP

Experiência profissional:

Começou a carreira como produtor de conteúdo para portal de notícias, passou jornais impressos, revistas, rádio, televisão e assessoria de imprensa focada em marketing político. Dentre os principais veículos de comunicação em que atuou estão o Jornal do Povo de Três Lagoas (MS), Jornal O Liberal de Araçatuba (SP) e SBT Interior, também em Araçatuba (SP). Em assessoria de imprensa, focada em marketing político, ele já trabalhou com a atual senadora da República, Simone Tebet e com o ex-deputado federal, Jorge de Faria Maluly.



ATENDIMENTO

Aline Fernanda Gonsales
Executiva de Contas e Atendimento

Formação Acadêmica
Publicidade e Propaganda – Universidade Paulista
UNIP – Bauru - SP

Experiência profissional:

Com experiência de 10 anos no mercado publicitário, atuando como atendimento. Contatando clientes, com o propósito de deportar todas as informações necessárias para outros setores internos da agência; bem como as reais necessidades, interesses e objetivos do mesmo. Monitoramento de todas as campanhas. Visitas periódicas com ampla visão de mercado, avaliando clientes potenciais e concorrentes.



CRIAÇÃO

Elisangela Parreira de Miranda Barduzzi
Sócia-proprietária, diretora de criação**Formação Acadêmica**

Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda - Universidade do Sagrado Coração USC - Bauru - SP

Experiência profissional:

Publicitária especializada na direção e criação de campanhas e desenvolvimentos de peças publicitárias para os segmentos impressos, televisivos, radiofônicos e da mídia digital. No mercado publicitário a mais de 17 anos. Sua experiência agrega diretorias de criação, coordenação de mídias, implantação de equipes de criação, redação, web e demais ações ligadas ao planejamento estratégico de comunicação. Amplo conhecimento em comunicação governamental. Produtora de RTVC, com ampla experiência no acompanhamento de captação e edição de vídeo e áudio. Conhecimento avançado em finalização de material em diversas mídias como off-set, silk screen, serigrafia, cartonagem, plotagem em adesivos de recorte, impressão em alta resolução e mídias eletrônicas.



CRIAÇÃO

**Ana Carla Izepe,
Redatora e Produtora de RTVC**

Formação Acadêmica

Pós-graduação

Marketing Digital (cursando) – USC

Comunicação Institucional – FGV (curso de extensão)

Graduação

Comunicação Social - habilitação em Jornalismo – USC

Experiência profissional:

Mais de 15 anos de experiência na área de Comunicação, Publicidade e Marketing. Experiência em rádio, TV, jornal e assessoria de comunicação pública. Possui habilidades em produção de conteúdos para as diversas plataformas audiovisuais. É responsável pelo desenvolvimento de textos publicitários, produção audiovisual para filmes institucionais e de varejo, matérias informativas e de entretenimento. Ampla experiência no acompanhamento e edição de vídeo e áudio. Fluência em Inglês e Espanhol, com cursos para vivência no exterior e aprimoramento de ambas as línguas.

CRIAÇÃO



LUCAS CATANHO
Redator e Revisor de Textos

Formação Acadêmica

MBA em Gestão de Marketing e Propaganda – UEL

Graduação

Comunicação Social - habilitação em Jornalismo – Unesp

Experiência profissional:

Jornalista especialista em Gestão de Marketing, com 21 anos de experiência na área de Comunicação e vivência em redações de jornais, site, revistas, rádio e agências de publicidade. Já atuou como repórter, revisor, editor de área, editor-chefe, assessor de comunicação/imprensa e redator publicitário. Produz conteúdo para projetos especiais, como relatórios anuais de empresas (Grupo Jacto, por exemplo) e livros temáticos (Perfil da Indústria da Região de Marília - Ciesp e A Influência dos Imigrantes na Cultura da Região de Marília).



PLANEJAMENTO DIGITAL

Gustavo Nakanishi Barbosa
Gestor de Mídias Digitais

Formação Acadêmica

Bacharelado em Comunicação Social

com habilitação em Publicidade e Propaganda em andamento,
conclusão em 2019/02

Unip – Universidade Paulista - Bauru - SP

Experiência profissional:

Experiência de 6 anos em marketing, sendo 4 anos em marketing digital, realizando a criação de estratégias e táticas. Gestão de mídias digitais, contemplando planejamento, acompanhamento, execução e mensuração de mídias sociais e demais estratégias digitais. Profissional com experiência em Facebook Ads, Google Ads, Youtube Ads, funil de inbound marketing, integração outbound e inbound, gestão de conteúdo, estratégias com influenciadores e funil de conversão.



MÍDIAS DIGITAIS

Ronaldo Aparecido Carvalho de Oliveira
Redator e Social Media

Formação Acadêmica

Bacharel em Comunicação Social

com habilitação em Jornalismo

Universidade do Sagrado Coração USC - Bauru - SP

Experiência profissional:

Experiência de 3 anos na elaboração, criação e revisão de textos e títulos. Pesquisa de informações para artigos, campanhas, conteúdos para site e mídia social, produção posts, gerenciamento de mídias sociais, montagem de clippings e relatórios de mídias sociais. Profissional com experiência em Facebook Ads, Adwords e Bing Ads.

**MÍDIA****Luan Filipe Pereira Silveira**
Mídia

Formação Acadêmica
IESB – Instituto de Ensino Superior de Bauru,
Marketing 2019 – Bauru, SP

Experiência profissional:

Atua no mercado publicitário há 8 anos, na elaboração de planejamentos estratégicos de mídia, com planilhas e gráficos demonstrativos, estudos do perfil e hábitos do consumidor através de pesquisas. Contatos, negociações e compras de espaço junto aos veículos de comunicação.

**MÍDIA DIGITAL****Eduardo Colazelli Guerreiro**
Mídia Digital

Formação Acadêmica:
Bacharel em Design - Universidade do Sagrado Coração e
Pós Graduação em Administração e Marketing.

Experiência profissional:

Experiência profissional: Atua no mercado de marketing digital e comunicação há mais de 5 anos com ampla experiência em estratégias de ecommerce e marketing digital.

Atuou como Analista de Marketing do Grupo Proeste sendo responsável pelas estratégias digitais e marketing em geral das concessionárias Renault de Bauru e Região.

Atuou como Analista de Marketing do Grupo YBA sendo responsável pelas estratégias digitais e marketing em geral, também sendo responsável pelo desenvolvimento de artes das empresas afiliadas.

Atuou também como Web Designer Junior na STICORP, gerenciando toda comunicação online e offline, estratégia de marketing digital, desenvolvimento de Web Sites e também, do Endomarketing da empresa.

Habilidades em Google/Facebook Ads, Google Analytics, SEO, Captação de Leads, Endomarketing, Marketing Digital e Desenvolvimento de artes.

**CRIAÇÃO**

Yago P. Miranda Rosa
Diretor de Arte, Arte-finalista

Formação Acadêmica
Design na Universidade Sagrado Coração (USC)

Experiência profissional:

Direção artística, concepção visual e estratégica de campanhas publicitárias. Experiência profissional de 7 anos na área de direção de arte e web design, desenvolvendo campanhas publicitárias de varejo e institucional, utilizando os programas photoshop, illustrator, indesign, 3DSmax e flash. Experiência com criação de anúncios de internet, posts e mídias sociais.

**CRIAÇÃO**

Luiz Henrique Ribeiro
Diretor de Arte, Arte-finalista

Formação Acadêmica
Publicidade e Propaganda – Faculdades Integradas de Bauru - FIB – Bauru - SP

Experiência profissional:

Dirige, desenvolve e conceitua direção de arte para o processo criativo na elaboração de campanhas ou peças. Experiência de 8 anos na área publicitária, sendo oito como produtor gráfico, seis como diretor de arte, conhecendo todas as rotinas de criação, direção de arte, manipulação, finalização e diagramação. Habilidades em brifar, roteirizar e manchar storyboards para vídeos. Conhecimento nos programas photoshop, illustrator, indesign, Sony Vegas, Adobe Premier.

**CRIAÇÃO****Anderson Milano Alves**
Diagramador e Arte-finalista**Formação Acadêmica**

Cursando Publicidade e Propaganda na Faculdade Integrada de Bauru (FIB), 6º semestre.

Experiência profissional:

No mercado gráfico/publicitário há 7 anos, com experiência e conhecimento criação publicitária, diagramação e finalização de arquivos. Como designer e profissional de criação, responsável por desenvolver peças e soluções gráficas para diversas mídias e situações variadas. Habilidade como diagramador. Conhecimento nos programas photoshop, illustrator, indesign.

**CRIAÇÃO****João Henrique Thomasi Delfino**
Designer Gráfico**Formação Acadêmica**

Iesb-Preve 2012 - Bauru-Sp

Especialização
Branding**Experiência Profissional**

Atuando desde 2012 na área da comunicação com trabalhos diversos. Top3 por 7 anos na Wedologos, maior Site de concorrência criativa da América Latina.

Dirige, desenvolve e conceitua direção de arte para o processo criativo na elaboração de campanhas ou peças. Conhecendo todas as rotinas de criação, direção de arte, manipulação, finalização e diagramação.



CRIAÇÃO

Gabriela Simão Dias
Diagramadora e Arte-finalista

Formação Acadêmica
Design na Universidade Sagrado Coração (USC)
Especialização em Linguagem, Cultura e Mídia - Unesp

Experiência profissional:

No mercado gráfico/publicitário há 4 anos, com experiência e conhecimento criação publicitária, diagramação e finalização de arquivos. Como designer e profissional de criação, responsável por desenvolver peças e soluções gráficas para diversas mídias e situações variadas. Habilidade como diagramadora. Conhecimento nos programas photoshop, illustrator, indesign.



ASSISTENTE

Isabelle Hoffmann Picolo
Assistente de Atendimento

Formação Acadêmica
Comunicação Social - Jornalismo
Universidade Estadual Paulista (UNESP), Bauru, São Paulo

Experiência Profissional

Profissional bilíngue (português e inglês) com mais de 3 anos de experiência em comunicação e jornalismo, além de 3 anos trabalhando com atendimento ao cliente na Irlanda. Atualmente, atuando como assistente de atendimento, sendo responsável por garantir altos níveis de satisfação do cliente através de um excelente serviço de comunicação, assim como acompanhamento de todas as campanhas realizadas pela agência e conhecimento das reais necessidades, interesses e objetivos dos clientes.

**PRODUÇÃO GERAL****Bianca Martins Lopes**
Produtora gráfica**Formação Acadêmica**

Administração: 4º semestre - Unesp (Universidade Brasil)

Experiência profissional:

No mercado publicitário há 2 anos, com experiência no setor de orçamentos, trabalhou na Unesp no setor financeiro aprendeu princípios básicos do setor e sequentemente na Fenix no setor administrativo trabalhando com faturamento, logística de entrega, organização de pedidos, contas a pagar/receber, compras e otimização de recursos materiais, bem como atendimento a clientes internos (vendas) e externos.

**PRODUÇÃO GERAL****Elen Cristiane Oliveira Garcia**
Assistente de produção gráfica**Formação Acadêmica**

Ciências Contábeis: 4º semestre - Faculdade Anhaguera Bauru/Sp

Experiência profissional:

Experiência de 8 anos como assistente administrativo, trabalhando com faturamento, logística de entrega, organização de pedidos, contas a pagar/receber, compras e otimização de recursos materiais, bem como atendimento a clientes internos (vendas) e externos.

Experiência profissional: na área há 1 ano como assistente de produção gráfica, Auxilia no departamento de produção gráfica, onde solicita orçamento para os fornecedores, analisa valores e descrição dos orçamentos. Auxilia também na montagem das propostas de produção para os clientes. Solicita imagens para fornecedores e checa a qualidade dessas imagens para a montagem de materiais gráficos.



FINANCEIRO

Raimundo Edivan Joca Araújo
Financeiro e Administrativo**Experiência profissional:**

Responsável por controlar e monitorar todos os processos financeiros da empresa, como: pagamentos (fornecedores, folha de pagamento, impostos, encargos, etc.), emissão e conferência de notas fiscais, boletos e documentos para pagamento e recebimentos, do fluxo de caixa, das cobranças e investimentos, emissão de relatórios.



ADMINISTRATIVO

Simone Albanese Marques Barçanelli
Produtora gráfica / Operacional administrativo**Formação Acadêmica**

Técnico em artes gráficas - SENAI "João Martins Coube"

Experiência profissional:

No mercado publicitário há 18 anos, na área de produção gráfica. Identifica, analisa e planeja estrategicamente a organização e controles de prazos inclusive na parte financeira. Elo de comunicação entre cliente, agência e fornecedores, assumindo o papel de coordenação. De acordo com o projeto: analisa o material adequado, processo a ser utilizado e escolha certa do fornecedor. Acompanhar a produção, qualidade, prazos, pagamentos.



HOUSE CRIATIVA

UMA AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO QUE RESPIRA INOVAÇÃO



Uma atuação **focada em resultados.**

Há mais de uma **década a House Criativa é uma agência especializada em publicidade corporativa e governamental**, uma empresa que alinha versatilidade, coragem e planejamento para construir cases de sucesso. Com berço fundamentado em comunicação institucional a agência uniu as experiências de suas diretoras a de uma equipe diversa e criativa para cumprir o objetivo de criar campanhas publicitárias de qualidade que representem a verdade, a essência da marca e surpreendam seu público alvo. Foi com investimento em capital humano que a House Criativa se preparou para estudar, brifar e criar as melhores soluções de comunicação para atender as metas e necessidade dos seus clientes. Um tripé de posicionamento define a missão de atendimento da agência que é a de atender, compreender e impactar seus clientes. Para isso, acreditamos que a boa comunicação entre a agência o cliente depende da atuação de profissionais altamente capacitados para serem fiéis ao planejamento estratégico de comunicação alinhado, tudo para que sejam desenvolvidas campanhas sólidas, altamente relevantes e que resultem em eficácia e economicidade para os clientes. Com nossa experiência, conhecimento e rede de relações estabelecidas, adquiridos e consolidados ao longo de 12 anos de atuação neste mercado, a agência pode certamente contribuir com os desafios

de comunicação do município, firmados na experiência, estudos e equipe alinhada a realidade da comunicação governamental. Vale ainda destacar, que atendemos dezenas de clientes com objetivos diversos na área de comunicação, com alcance regional ou nacional, comunicação interna, gestão de crises, produção de conteúdo digital, mídias sociais, o que nos garante respaldo para propor um trabalho consistente nas mais complexas instituições. Temos uma equipe de profissionais experientes, bem relacionados no âmbito midiático e que trabalham com ética, comprometimento, agilidade e respeito aos valores dos nossos clientes.

A agência é ainda filiada a SINAPRO - Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, contando com todo seu respaldo técnico e jurídico, participante de cursos de atualização das vias legais da comunicação governamental, além de validada pelo **Cenp** - **Conselho de Normas Padrão da Publicidade**. Além da sua qualificação técnica e humana, a House Criativa destaca-se também por sua localização no centro do Estado de São Paulo, na cidade de Bauru, que oferece fácil acesso rodoviário e aéreo para demais cidades do interior do Estado e capitais do Brasil. Sua estrutura completa oferece espaços, sistemas de gestão e os equipamentos necessários para as suas equipes desenvolverem os projetos mais inovadores de comunicação. São jornalistas, publicitários, ilustradores, designers, redatores, editores de vídeo, diagramadores, analistas digitais, analistas de mídia on e offline, atendimentos e diretores executivos que unidos giram a roda da criatividade com objetividade e resultados focados nas metas dos clientes.

A família House Criativa é completa e talentosa. Uma agência no estilo coração, casa de mãe. Sempre tem espaço para mais, sempre tem o mesmo cuidado e dedicação para que todos sejam contemplados com o que há de melhor nesta casa de ideias valorosas e criativas.

CERTIFICAÇÃO**FILIAÇÃO**



FACHADA



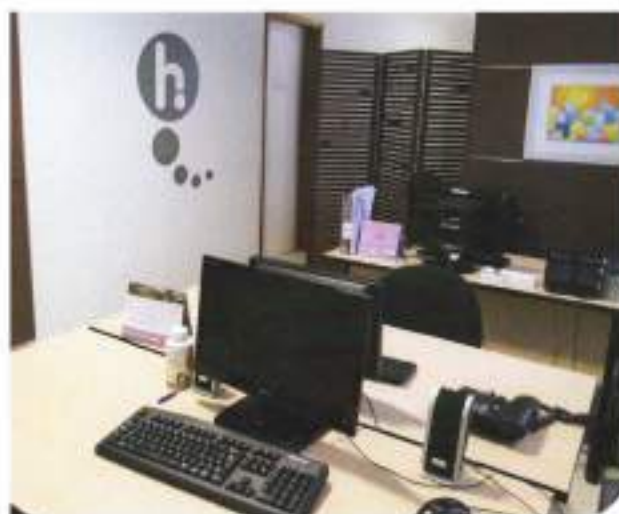
Declaramos, na qualidade de licitante do presente processo em cumprimento ao instrumento convocatório, que a House Criativa Comunicação Ltda – ME, inscrita no CNPJ 08.889.890/0001-93, está instalada à Rua Benjamin Constant, 7-86, Bairro Higienópolis, Bauru – SP, possui capacidade técnica e operacional necessárias para a realização de prestação de serviço, na cidade de Garça. A agência possui uma área construída de aproximadamente 250m², onde conta com dez ambientes, que acomodam bem sua equipe de profissionais capacitados, nos seguintes departamentos: Pesquisa, Planejamento, Criação e RTVC, Comunicação Web, Produção Gráfica, Mídia, Atendimento, Licitações e Contratos, Diretoria e Administrativo-Financeiro, além de ambientes de descontração e para refeições.

**RECEPÇÃO**

- 01 TV Philips de plasma - 32"
- 01 Rack
- 02 Poltronas de 1 lugar cada
- 01 Poltrona de 2 lugares
- 04 Puffs
- 01 Máquina de café Saeco
- 01 Bebedouro Esmaltec
- 01 Ar condicionado Confree – 9.000 BTUs

**RECEPÇÃO 2**

- 01 Balcão com 2 gavetas
- 01 Cadeira giratória modelo gerente
- 01 Monitor Philips 191 EL Led 19"
- 01 CPU
- 01 HP Top Shot Laser Jet Pro M275 colorida
- 01 PABX Intelbras
- 01 armário com 2 portas
- 01 armário com 3 porta

**SALA DE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO**

- 03 Mesas de escritório com 2 gavetas
- 03 Cadeiras giratórias
- 01 Monitor Samsung 932 BWE 19"
- 01 Monitor Philips I60E
- 01 Monitor LG Flatron E 1941
- 03 CPU com processador Intel, multimídia.



SALA DE ATENDIMENTO

- 04 Mesas de escritório
- 01 Mesa em "L" - diretora
- 01 Cadeiras giratórias modelo gerente
- 04 Cadeira giratória modelo diretor
- 03 Monitor Samsung SyncMaster Led 19"
- 01 Monitor Philips I9 IEL Led 19"
- 04 CPU com processador Intel, multimídia.
- 01 Impressora HP Laser Jet 1020
- 02 Aparelhos de telefone Philips sem fio
- 01 Ar condicionado York 18.000 BTUs



SALA DE MÍDIA E MÍDIA DIGITAL

- 03 Mesas de escritório
- 03 Cadeiras giratórias modelo gerente
- 01 Monitor Philips I60 E 191Led 16"
- 01 Monitor Philips I9 IEL Led 18"
- 01 Monitor Philips I9 IEL Led 18"
- 03 CPU com processador Intel, multimídia.
- 01 Impressora HP Laser Jet 1122
- 01 Aparelhos de telefone Philips sem fio
- 01 Ar condicionado York 18.000 BTUs



CRIAÇÃO



- 06 Cadeiras giratórias modelo gerente
- 01 Cadeira giratória modelo diretor
- 01 Mesa escritório – diretora
- 03 Bancadas
- 01 Monitor AOC E020505 Led 18"
- 06 Monitores Samsung SA 300 Led 18"
- 02 Monitor Samsung SyncMaster Led 18"
- 01 Monitor LG Flatron E 2350 Led 23"
- 06 CPUs com plataforma gráfica
- 02 Aparelhos de telefone Siemens sem fio
- 01 Ar condicionado York 18.000 BTUs
- 01 Impressora HP Laser Jet 1020
- 04 servidor de arquivos de alta performance
- Programas de computação gráfica e antivírus



- 01 Macbook de última geração
- 02 tablets Ipad com tecnologia 4G
- 02 câmeras fotográficas profissionais



ADMINISTRATIVO / PRODUÇÃO GRÁFICA

- 02 Mesas de escritório
- 02 Cadeiras giratórias modelo gerente
- 01 Monitor Philips 191EL Led 18"
- 01 Monitor Samsung 198300 Led 18"
- 02 CPU com processador Intel, multimídia
- 01 Armário embutido
- 01 Multifuncional HP Laser Jet M1120
- 02 Aparelhos de telefone Philips sem fio
- 01 Ar condicionado York 12.000 BTUs



SALA DE REUNIÃO

- 01 Aparelho de telefone Gigaset
- 01 Mesa retangular
- 06 cadeiras
- 01 Ar condicionado York 9.000 BTUs
- 01 TV Philips de plasma - 50"
- 01 Macbook de última geração



SALA DE APOIO

- 01 Mesa de redonda
- 04 cadeiras
- 01 armário com 2 portas





A AGÊNCIA

ATRIBUIR VALOR ÀS MARCAS E TORNA-LAS FORTES

Esta é a **1ª regra** da casa!

A House Criativa segue o princípio de que não é suficiente apenas entregar, em suas campanhas, o resultado que os clientes já esperam. A agência tem como objetivo principal superar as expectativas, sempre. Quando este objetivo é alcançado, as expectativas da equipe se tornam maiores e fazem com que a agência jamais estacione na zona de conforto, pelo contrário, faz com que busque novas ferramentas para sempre superar o trabalho anterior. E para seguir superando, a House Criativa investe em seu capital humano, através da contratação de profissionais com experiência no mercado e que multiplicam e integram resultados a todos os setores da agência, como será destacado a seguir. O departamento de atendimento da agência será o responsável por atender as solicitações do setor encarregado da comunicação da Prefeitura de Garça. Através de reuniões, a House Criativa levantará as informações necessárias para o desenvolvimento dos trabalhos. Essas informações deverão ser entregues devidamente documentadas em timbrado oficial da Prefeitura de Garça. Na busca constante dos melhores resultados, o departamento de atendimento da House Criativa realiza, semanalmente, uma reunião de pauta para alinhar e acompanhar cada trabalho. Além de divulgar os trabalhos que serão executados, essas reuniões poderão contar, se necessário, com a participação de profissionais de

outros departamentos da agência. Assim, todos os envolvidos com o briefing tomarão conhecimento e poderão contribuir para a conclusão e resultado do trabalho. Após o trabalho desenvolvido, o atendimento agendará nova reunião para apresentar o material criado e, após aprovado, será liberado para produção ou veiculação, desde que os orçamentos sejam previamente aprovados. Para a área de Tráfego e Mídia, a House Criativa conta com profissionais experientes que buscam sempre os fornecedores mais indicados para cada trabalho, e que ofereçam o melhor custo x benefício. A Agência garante que cada demanda tenha a melhor negociação, para que os clientes tenham sempre a certeza de que seu investimento está sendo bem empregado.

A House Criativa tem domínio de técnicas de planejamento para uma comunicação realmente integrada nos investimentos em marketing e comunicação. A agilidade do processo também é garantida pelos recursos tecnológicos e de comunicação que a Agência possui, e que fazem com que todos os núcleos (atendimento, criação, mídia, produção, tráfego, financeiro e gerencial) trabalhem de maneira uniforme. Para organizar e controlar os trabalhos, a agência utiliza, também como ferramenta de apoio e moderna, o Iclips, um software de gerenciamento específico para agências de propaganda e publicidade que traz agilidade, controle e qualidade nas suas atividades operacionais, transformando todo o fluxo de trabalho em um processo dinâmico e com a possibilidade de customização dos procedimentos para cada cliente. Os profissionais da House Criativa possuem a experiência necessária para o atendimento da Prefeitura de Garça por já terem atendido contas públicas ao longo de suas carreiras. Além de que, a agência sabe a importância da integração com o cliente, além da disponibilidade e pontualidade, para assim, desenvolver um relacionamento único, personalizado, eficiente e duradouro. A House Criativa conta com o suporte de uma assessoria jurídica, que realiza o auxílio necessário para que cada procedimento seja cumprido em consonância com a Lei 12.232/2010, transmitindo toda a segurança legal, ética profissional e respeito à Prefeitura de Garça.

FLUXOGRAMA DA TOMADA DE DECISÕES



RESPONSABILIDADES

Departamento de Atendimento

Completando o que já foi apresentado, o Atendimento é responsável por zelar pelo bom andamento de cada trabalho, colhendo todas as informações necessárias para o atendimento de todas as demandas do cliente.

Departamento de Planejamento

Responsável por levantar o máximo de informações pertinentes e complementares para que a agência possa realizar um planejamento assertivo e, com isso, permita que cada campanha seja desenvolvida sobre uma base sólida e eficiente.

Departamento de Criação e RTVC

Captar integralmente as informações levantadas no briefing para desenvolver criações que solucionem todas as necessidades. É responsável pelo desenvolvimento de cada material nas áreas impressa, digital ou eletrônica, desde a concepção do conceito, passando pelo layout, redação e finalização.

Departamento de Mídia e Tráfego

Depois de planejar, pesquisar as melhores opções e negociar, o departamento deverá apresentar ao menos 3 opções de orçamentos para cada serviço, bem como suas justificativas técnicas para fornecer ao cliente, as condições favoráveis à melhor escolha.

Departamento Administrativo/Financeiro

Responsável pelos processos de cobrança e repasses, esse departamento segue sempre a minuta contratual no que diz respeito a reembolso, prazos, pagamentos e recebimentos. Além de fazer a prestação de contas no final de cada processo com a comprovação do produto/serviço realizado a enviar as cópias para a Prefeitura de Garça.

PRAZOS

A House Criativa pode sugerir, porém os prazos definitivos serão alinhados em reunião onde ambas as partes estejam em comum acordo.

CRIAÇÃO CAMPANHAS	CRIAÇÃO PEÇAS AVULSAS	CRIAÇÃO PEÇAS DE OPORTUNIDADE
até 5 dias	até 3 dias	1 dia
PLANO DE MÍDIA CAMPANHAS	PLANO DE MÍDIA PEÇAS AVULSAS	PLANO DE MÍDIA PEÇAS DE OPORTUNIDADE
até 5 dias	até 3 dias	1 dia
ORÇAMENTOS DE PRODUÇÃO CAMPANHAS	ORÇAMENTOS DE PRODUÇÃO PEÇAS AVULSAS	ORÇAMENTOS DE PRODUÇÃO PEÇAS DE OPORTUNIDADE
até 3 dias	1 dia	5 horas



Capacidade de Atendimento

Controle de Investimento
Recursos Materiais

MUNICÍPIO DE INTERESSE TURÍSTICO GARÇA

CONTROLE DE INVESTIMENTO

A House Criativa trabalha sempre com o controle de Jobs e verba. Esse trabalho é feito pela Executiva de Conta, com base em relatórios tirados em tempo real pelo, já citado, sistema de gerenciamento.

No Iclips, todos os departamentos da Agência se intercomunicam. Ele também gerencia, automaticamente, toda e qualquer ação, produção, veiculação de um cliente por meio de relatórios.

O sistema Iclips oferece, ainda, relatórios de investimentos tanto para controle interno quanto externo, que trazem informações processadas de acordo com a necessidade do cliente.

Relatórios de mídia

- . Investimentos Realizados;
- . Planos de mídia;
- . Pedidos de Inserção;
- . Aplicação de Verba;
- . Programação Mensal.

Relatórios de Produção

- . Orçamentos com as características dos trabalhos
- . Investimentos Realizados;

Relatórios de Trabalhos

- . Campanhas ou peças avulsas desenvolvidas ;

Além dos controles de investimentos realizados através dos relatórios já mencionados, a House Criativa disponibiliza no sistema "FTP" (File Transfer Protocol) - protocolo responsável pela transferência de arquivos pela internet. É através dele que o desenvolvedor subirá os arquivos do site no servidor.

Ou seja, é o protocolo que permite publicar os arquivos na Internet, uma ferramenta prática, que organiza sistematicamente estas informações, garantindo o cumprimento da lei 12.232/10, em seu Artigo 16, e permitindo uma fácil visualização para os cidadãos ou qualquer interessado, seguindo o princípio da transparência dos contratos.

A agência também tem organizado em planilhas todos os investimentos do cliente, separados por mês, o que garante não só o controle total dos investimentos/saldos do contrato, como também a transparência no trato do dinheiro público.

RECURSOS MATERIAIS

Regularmente são utilizados, pela House Criativa, recursos como pesquisas, dados, informações, consultas a órgãos de representação e diversos recursos estatísticos serão disponibilizados a fim de reconhecer necessidades e avaliar o resultado de ações de comunicação.

Entre os recursos disponíveis, relativos à composição socioeconômica da sociedade brasileira, estão dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística e o Atlas do Desenvolvimento), que aponta o IDH (Índice de Desenvolvimento Humano) de cada um dos municípios brasileiros, com análise minuciosa de diversos fatores, como, por exemplo, perfil renda, escolaridade, sexo e idade. Esses dados são relevantes para o planejamento mais adequado de campanhas, junto a cada público.

A agência possui também fontes mais específicas de análise da sociedade – em que esta é vista como target de campanhas publicitárias, que, através do CENP, disponibilizará para a câmara, sem qualquer ônus, as pesquisas e elementos tidos como necessários para lhes assegurar condições qualitativas de desempenho e possibilidade de ascensão, através das parcerias com seus fornecedores de informações de mídia, credenciados por eles, como: DataFolha, Target, Marplan, Ibope.

Além dos controles tradicionais citados acima, temos, também, uma equipe de profissionais especializados em comunicação digital, voltada para a Internet, o que nos dá a possibilidade de usar a gama de aplicativos para acompanhar e direcionar publicações na rede mundial de computadores, com ferramentas como o Google Analytics, Twitter Counter e Facebook Insights.

Como compromisso da agência, podemos declarar que os instrumentos citados serão utilizados ao longo do contrato, sem ônus. Sempre que for necessária alguma informação (que é a base da comunicação), os departamentos de estudo, planejamento, pesquisa e mídia utilizarão as pesquisas e ferramentas disponíveis para o devido embasamento e tomada de decisão.



DECLARAÇÃO DE POSSIBILIDADE OPERACIONAL

Bauru, 27 de julho de 2021.

A
Prefeitura de Garça
Depto de Licitações

Prezados Senhores,

Declaramos, na qualidade de licitante do presente processo em cumprimento ao instrumento convocatório que a House Criativa Comunicação Ltda – ME, inscrita no CNPJ 08.869.690/0001-93, estabelecida na Rua Benjamin Constant, 7-86, na cidade de Bauru-SP, possui capacidade técnica e operacional necessárias para a realização de prestação de serviço, na cidade de Garça.



Elisângela Parreira de Miranda Barduzzi
CPF 304.582.068-90

ESTA É A PROPOSTA DA
HOUSE CRIATIVA REFERENTE AO ENVELOPE "2"
DO TERMO DE REFERÊNCIA:
**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE
PUBLICIDADE ESPECÍFICOS PARA
ORIENTAÇÃO SOBRE VACINAÇÃO CONTRA
A COVID-19 E SOBRE O PLANO NACIONAL
DE OPERACIONALIZAÇÃO DA VACINAÇÃO
CONTRA A COVID-19.**

Bauru/SP, 27 de julho de 2021.



Elisangela Parreira de Miranda Barduzzi

CPF: 304.582.068-90

ENVELOPE Nº 2 - PROPOSTA TÉCNICA

RACIOCÍNIO BÁSICO, ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO, IDEIA CRIATIVA, ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA E CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

PREFEITURA MUNICIPAL DE GARÇA

TERMO DE REFERENCIA - COVID-19



HOUSE CRIATIVA COMUNICAÇÃO LTDA

CNPJ 08.889.690/0001-93

Rubricas:

PREFEITURA MUNICIPAL DE GARÇA

Protocolo nº 064/21

Processo nº Dispensa

Data: 27/07/21 Hora: 21:00

Franciele A. Soares
Responsável

RACIOCÍNIO BÁSICO

Localizada no Centro-Oeste do Estado, a 415 km da Capital, Garça faz parte da Região Administrativa de Marília. Com uma população estimada em 44 mil habitantes, o município é formado pela sede e pelo distrito de Jafa. A população, em sua maioria, está na faixa etária entre 15 e 59 anos – essa fatia representa hoje 63,8% do total dos moradores. Garça é conhecida como a Capital da Eletroeletrônica.

O título deve-se à relevância das indústrias que são referência no segmento, como a PPA, pioneira no ramo de segurança eletrônica, e a RCG, uma das maiores empresas do ramo. Uma das maiores empresas do setor de automatização, a Garen, também nasceu em Garça. O setor alimentício também é muito bem representado por indústrias como a Deusa Alimentos e a Massas Paulista.

Ao todo, Garça abriga cerca de 1.200 estabelecimentos comerciais e industriais. O comércio é o setor que mais concentra trabalhadores formais no município, sendo responsável por 20,3% do total. O Ministério do Trabalho e Emprego aponta que a média mensal salarial dos trabalhadores formais em Garça é de R\$ 2.151,00, rendimento 38% abaixo da média registrada no Estado, de R\$ 3.511,00. Na agricultura, o café é a cultura predominante, com cerca de 800 propriedades que produzem o grão na região, sendo a maioria das propriedades de pequeno ou médio porte.

Em parceria com o governo do Estado, Garça está desenvolvendo o programa Meu Emprego Cidadão Trabalhador, de qualificação profissional e geração de renda a cidadãos desempregados e em situação de alta vulnerabilidade social. Outra parceria foi firmada com o Sebrae, que implantou no município o PDL (Programa de Desenvolvimento Local) em fevereiro deste ano. O objetivo é estimular o empreendedorismo, a geração de renda e ajudar a desenvolver o micro e pequeno empresário por meio de cursos e projetos.

Para beneficiar especialmente os contribuintes mais afetados pelo momento pandêmico, a Prefeitura lançou o Prefis Pandemia, programa de descontos para contribuintes com dívidas municipais que oferece até 100% de anistia nas multas e juros dos débitos contraídos até dezembro de 2020.

No turismo, o principal evento promovido em Garça, muito tradicional, é o Cerejeiras Festival, um dos maiores eventos da cultura japonesa do país realizado há mais de 30 anos. Por conta da pandemia, neste ano o evento será em formato virtual. O principal cartão-postal de Garça é o Lago Artificial Prof. J.K. Williams, onde ao redor fica o Bosque das Cerejeiras (com cerca de 1 mil árvores, aproximadamente), além do Jardim Oriental.

Na saúde, Garça conta atualmente com o Hospital São Lucas para internar pacientes com Covid, com 18 leitos (8 de enfermaria e 10 de UTI). Até maio deste ano, havia apenas 6 leitos de UTI – foram implantados mais quatro leitos há dois meses. Segundo reportagem publicada no portal G1 em 17 de maio deste ano, 100% dos leitos de UTI estavam ocupados na época. Enquanto faltam leitos, o número de óbitos em decorrência do coronavírus cresceu de maneira exponencial no município.

Até 16 de julho de 2021, a cidade havia registrado 124 mortes em decorrência da Covid-19, com 5.401 casos confirmados. Em pouco menos de 6 meses, o número de óbitos cresceu 359% - em 22 de janeiro deste ano, eram 27 mortes.

Garça criou o Centro de Atendimento à Covid-19, local que oferece atendimento de segunda a sábado aos garcenses que apresentam sintomas que podem ser relacionados ao coronavírus. Nos outros horários, a referência é a UPA, também preparada para prestar esse tipo de atendimento.

Com relação à imunização, dados do Vacinômetro divulgados no site da Prefeitura apontam que, até 14 de julho deste ano, 45,11% da população garcense já foi imunizada com a primeira dose da vacina contra o coronavírus, o que representa 20.033 pessoas. A cobertura referente a pacientes que tomaram as duas doses chegou a 17,52%.

A Prefeitura divulga boletins diários com a atualização das estatísticas da Covid, o que inclui casos confirmados e curados, pacientes em isolamento, pacientes internados, casos descartados, casos suspeitos, óbitos suspeitos e óbitos confirmados. Completos, os boletins trazem um bom retrato da evolução da Covid no município.

Apesar das iniciativas atuais, é extremamente necessário que Garça avance muito nos quesitos informação, orientação e educação da população quanto à necessidade de vacinação e enfrentamento contra a Covid-19. Um dos meios para se alcançar esse objetivo é reforçar a importância da vacinação, já que ainda existe muita incredulidade a respeito da importância de se imunizar contra o coronavírus, e essa mudança na mentalidade das pessoas só é possível por meio da disseminação de informação verificada e com credibilidade. Para se ter uma ideia desse quadro de desconfiança que ainda persiste entre parte da população, pesquisa Datafolha mais recente, divulgada em julho deste ano, mostrou que 5% dos brasileiros não pretendem se vacinar. Se transpusermos essa estatística para Garça, significa que mais de 2 mil pessoas ainda recusam a vacina. Essa negação vai totalmente contra tudo o que pregam os cientistas.

É inegável a importância da vacinação em massa para reduzir o número de casos, internações e mortes. Basta citar o exemplo do município de Serrana, na região de Ribeirão Preto. Com 95% dos habitantes acima de 18 anos protegidos pela Coronavac, uma pesquisa científica mostrou quedas significativas de 95% em mortes, 86% em internações e 80% em casos sintomáticos de Covid-19 na cidade.

Em um ambiente onde as *fake news* a cada dia ganham mais corpo, é imprescindível divulgar informações corretas, checadas, em canais com credibilidade, tendo como fontes de informação os órgãos e autoridades de saúde com conhecimento técnico para tanto. Entre os absurdos já divulgados e compartilhados pelas redes sociais, figuram alguns, como que a vacina contra Covid altera o DNA humano ou pode inserir um microchip no corpo do vacinado, entre tantas outras informações falsas.

A Prefeitura já dispõe de um hotsite que concentra as informações sobre o coronavírus em um só lugar, com o agendamento de vacina, boletim epidemiológico, Vacinômetro e dicas de prevenção, mas falta um conteúdo mais direcionado à importância da vacinação.

A agência em questão propõe uma campanha publicitária com a utilização de mídias online e offline, e a estratégia inclui ampliar o conteúdo do hotsite. Outra ação que vem ao encontro da prestação de contas é incluir no hotsite as licitações referentes à Covid-19.

É imprescindível uma intervenção imediata para frear o aumento substancial do contágio da população do município pelo coronavírus, o grande número de óbitos e a superlotação dos serviços de saúde. Diante desse quadro, somente uma campanha publicitária com o intuito de educar, informar e orientar quanto à importância da vacinação contra a Covid-19 e da adoção de medidas preventivas conseguirá alcançar os resultados almejados. Toda

informação transmitida só trará efeitos benéficos, claro, se for concebida por uma agência especializada.

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Os desafios expressos no briefing foram estudados detalhadamente pela agência de publicidade em questão, para fundamentar uma proposta de solução publicitária atrativa ao público que cumpra os seus objetivos de maneira plena, resolvendo os problemas específicos de comunicação demandados pela Prefeitura de Garça.

A campanha publicitária em questão vai cumprir com êxito os dois objetivos centrais aos quais se propõe a atingir: 1) mostrar a importância da informação, orientação e educação da população quanto à necessidade de vacinação e enfrentamento contra a Covid-19; 2) dar publicidade às ações da gestão que prepararam a cidade e pavimentaram o caminho para o pós-pandemia, dentro dos eixos desenvolvimento econômico e social, investimento em saúde e programas com visão de futuro.

A estratégia adotada segue todos os preceitos do artigo 37 da Constituição Federal, realizando uma propaganda institucional concebida como o conjunto de técnicas e ferramentas capazes de informar e orientar a população em geral. A lei suprema do Brasil prega que "a administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência". O mote escolhido para a campanha foi "Tá na cara que vamos vencer". O conceito abrange uma série de mensagens que serão transmitidas ao receptor que apresentam como tônica o otimismo e a superação no combate ao coronavírus.

O que dizer

Ao transmitir uma mensagem de otimismo e de superação frente à pandemia, a Administração Municipal terá como foco orientar, informar e prestar contas junto ao público-alvo, provando sua capacidade de se reinventar para vencer os obstáculos trazidos pelo coronavírus. Serão divulgadas aos munícipes e flutuantes as ações que prepararam a cidade para o período pós-pandemia.

Entre os temas que serão abordados na campanha quanto à prevenção do coronavírus, figuram a importância de tomar as duas doses da vacina quando chegar a vez do cidadão; nunca escolher a marca da vacina, já que todas têm aprovação da Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária) e são eficazes, além do reforço das medidas básicas de prevenção, sempre essenciais para conter o avanço da Covid-19, como o uso da máscara, não aglomerar e higienizar sempre as mãos.

Dentro do quesito prestação de contas, a Prefeitura de Garça mostrará os feitos em setores como Saúde, Desenvolvimento Econômico, Qualificação Profissional, Geração de Renda, Empreendedorismo, além dos investimentos que deixaram a cidade preparada para enfrentar o futuro de maneira bem mais estruturada.

Como dizer

O conceito da campanha, "Tá na cara que vamos vencer", foi desenvolvido a partir da premissa da vitória resultante da união entre o poder público e os cidadãos contra o coronavírus. O termo "Tá na cara" também foi escolhido pelo fato de o símbolo maior de

prevenção nesta pandemia, a máscara, estar no rosto das pessoas. A personagem com o sorriso nos olhos e fazendo com as mãos um formato de coração passa a ideia de que o riso só será exposto assim que a pandemia for vencida e as máscaras, tiradas dos rostos dos cidadãos. Essa mensagem carregada de extremo otimismo representa ainda um apelo e um grande estímulo para a população não baixar a guarda, ou seja, se manter firme na prevenção da transmissão da Covid-19.

A campanha em questão visa mostrar que, com muita eficiência, a pandemia não foi capaz de paralisar o trabalho desenvolvido pela Prefeitura de Garça. Com isso, as entregas de obras e de programas de apoio aos cidadãos foram mantidas.

Trabalhando muito, a Administração Municipal tem se superado para enfrentar a pandemia, salvar vidas e construir uma cidade muito melhor para todos. A crise não afetou o trabalho, pelo contrário, foram conquistadas realizações que farão toda a diferença no futuro pós-pandemia que está chegando. A comunicação foi estruturada para ocorrer de forma eficaz, mas leve, gerando interesse do público. A utilização nas peças da hashtag #GarçaContraACovid estimula o engajamento nas redes sociais, para que a informação se dissemine de maneira mais veloz.

A quem dizer

O público-alvo impactado pela campanha publicitária foi dividido em dois grandes grupos. O *target* primário será composto por homens e mulheres na faixa etária compreendida entre 20 e 65 anos, moradores de Garça e pequena região (raio de 20 Km). O alvo secundário, por sua vez, será formado pelo público flutuante e turistas. As ações contemplam o público dos veículos de comunicação da mídia tradicional (rádio, televisão, folhetos) e das mídias on-line, que garantem grande visibilidade e divulgação espontânea, por meio do estímulo ao compartilhamento de informações.

Quando dizer

A referida campanha será realizada em duas fases, de agosto a dezembro de 2021. Na primeira fase, o foco será a educação da população quanto à prevenção, principalmente sobre a importância da vacinação. Na segunda etapa da campanha, será dada publicidade às ações desenvolvidas pela Administração Municipal que prepararam a cidade para enfrentar o momento pós-pandemia. A campanha simulada cumprirá com a verba estimada de R\$ 32 mil, incluindo produção, veiculação, exposição e/ou distribuição do material publicitário.

Quais meios, instrumentos e ferramentas utilizar

A campanha utiliza mídias offline e on-line, como TV, rádio, folheto, informativo e redes sociais, devido à sua total importância nos dias atuais. Os veículos foram escolhidos adotando os princípios da eficiência, inovação e sustentabilidade, oferecendo experiências de informação por meio de diferentes plataformas e formatos.

A proposta também contempla os veículos próprios de comunicação da Prefeitura de Garça, como o site institucional e as redes sociais (Facebook e Instagram), abrangendo o público externo. Para o público interno, também lançará mão de WhatsApp, intranet, comunicados internos e de proteção de tela da rede interna de computadores dos órgãos públicos municipais. Cada mídia foi tratada de acordo com as suas características, respeitando seu formato de linguagem através de adaptações e ajustes, sem que o

conceito principal sofresse qualquer alteração de sentido. Conseguiremos, com isso, que a mensagem de cada peça seja assimilada com facilidade, para gerar o resultado tão esperado e necessário.

IDEIA CRIATIVA

Definidos os caminhos a serem seguidos, partimos para a execução das peças.. O conceito da campanha é "Tá na cara que vamos vencer!" e o referido mote está presente em todas as peças.

A chamada é leve, convidativa e traz a positividade que o momento pede para gerar a superação. Isso porque estamos na reta final do combate da pandemia e é importante manter-se motivado e acreditando que as medidas de prevenção devem continuar, porque o fim da maior crise sanitária mundial da nossa época está próximo, mas depende desse empenho.

O texto complementar à chamada principal é "Atrás de cada máscara há um sorriso querendo sair. E ele vai sair!". Ele foi construído sob medida para dar força à mensagem.

A linguagem é emotiva, o que comprovadamente gera os melhores resultados. Isso porque as emoções influenciam todos os aspectos da nossa vida e não é diferente quando se trata da publicidade. Uma comunicação mais tocante é capaz de alterar a nossa disposição física, atuar na forma como nos comportamos e moldar o tipo de reação que temos a certas notícias e informações. Neste caso específico, é capaz de gerar reflexão e mover para a ação.

O conceito proposto nesta campanha se apropria da expectativa de felicidade que está próxima com o fim da pandemia. Em tempos de cansaço com tantas medidas de prevenção e todo o cerceamento da liberdade por conta das restrições necessárias, focar na felicidade que está chegando com o fim da pandemia é muito sugestivo.

O ser humano sente prazer quando compartilha conteúdos com características de alegria, otimismo e felicidade porque, de certa forma, transmitimos para os outros (e para si mesmo) a sensação de bem-estar sempre almejada.

A campanha proposta mostra que agora todos estamos na reta final, mas para que ela seja de fato a final é necessário continuar mais um pouco firme na prevenção. Porque isso só é possível com a união de esforços entre o poder público e a população, o que fica evidente na frase "A Prefeitura de Garça está trabalhando para isso e conta com você. Mantenha-se firme na prevenção".

O conteúdo descreve que a população está fazendo a sua parte, trabalhando intensamente em ações de combate à pandemia. Exemplos:

- Criou o Centro de Referência à Covid (Rua São João, nº 165, antigo Hospital Samaritano)
- Contratou mais profissionais para estar na linha de frente
- Aumentou o número de leitos de enfermagem para Covid e também de UTI
- Intensificou a fiscalização para impedir aglomerações
- Está promovendo a vacinação de forma acelerada
- Lançou programa de descontos e parcelamento de tributos municipais
- Tem distribuído cestas básicas para pessoas impactadas pela pandemia

- Tomar as duas doses da vacina (com exceção da marca Janssen, que é dose única)
- Ficar de olho no calendário de vacinação e tomar a marca que estiver disponível na sua vez (já que todas foram testadas e aprovadas pela Anvisa)
- Continuar a usar máscara, porque a transmissão da Covid-19 no Brasil ainda é alta e, mesmo após a vacinação, é preciso manter a prevenção
- Higienizar sempre as mãos
- Evitar aglomerações
- Continuar com o distanciamento social

As peças também passam a mensagem de que, com muita eficiência, a pandemia não foi capaz de paralisar o trabalho da Prefeitura e as entregas e realizações com foco no desenvolvimento da cidade e de seus cidadãos foram mantidas. Por isso, mesmo diante do grande desafio, foram conquistadas realizações que farão toda a diferença no futuro que está chegando. Assim, será gerada a expectativa de que um futuro muito melhor vem aí e que é necessário fazer a sua parte para participar desse futuro.

O visual da campanha cumpre com êxito esse propósito. Ao fundo mostra ações que estão fazendo a diferença para um final feliz: uso de máscara, vacinação e medidas de proteção, como aferição de temperatura e distanciamento social. À frente, o personagem principal, um jovem saudável e cheio de vida, ainda com a sua máscara, mostra seu sorriso, indicando que o fim da pandemia está chegando.

A campanha prioriza o tom de azul, que na psicologia das cores é associado à harmonia, ao equilíbrio e à paz, muito conveniente à mensagem que a campanha quer passar. A hashtag #GarçaContraACovid, além de permitir o fácil compartilhamento das mensagens no ambiente digital, ajuda o público a assimilar imediatamente que a peça se refere a uma campanha do município de Garça em combate à Covid.

A seguir, uma breve descrição das peças da campanha:

PEÇAS CORPORIFICADAS:

Vídeo 1 minuto (storyboard) – Uma peça de grande importância para atingirmos nosso objetivo de transmitir o conceito por completo será o vídeo de 1 minuto, para veiculação nas redes sociais. Para tornar a ideia ainda mais compreensível para a licitante, a agência optou em desenvolver o storyboard para a apresentação neste processo licitatório. O roteiro é envolvente e também realista. Mostra o trabalho intenso da Prefeitura para enfrentar a pandemia e os cidadãos fazendo a parte que lhes cabe: vacinando-se e mantendo as medidas de prevenção neste momento cuja transmissão em todo o Brasil ainda é alta.

Roteiro de spot de rádio 30 segundos – A linguagem do spot é semelhante à do vídeo, para garantirmos a unidade da campanha, porém houve adaptações no roteiro para adequação do tempo de duração. Já que para essa mídia não contamos com a parte visual, a linguagem utilizada é ainda mais explicativa, mas sem perder a conexão emotiva com a campanha.

Outdoor: Com a mensagem direta contemplando o conceito da campanha, de fácil e rápida assimilação. O visual, igualmente, prima pelo engajamento e pelo envolvimento emocional. Forte motivação para a vacinação e a prevenção.

Cartaz – a mensagem principal do cartaz é motivar o público a fazer a sua parte em busca de superarmos a pandemia, mostrando que um futuro melhor para todos está chegando e que é preciso vacinar-se e se manter firme na prevenção, para não colocar a perder todo o trabalho feito até agora. O texto traz o conceito da campanha e ícones que chamam para a ação: “tome as duas doses da vacina”, “use máscara”, “lave sempre as mãos” e “não aglomere”. Os cartazes serão afixados em repartições públicas de Garça, onde há grande fluxo de pessoas, e em ônibus urbanos.

Carrossel para redes sociais – Peça digital com foco na união entre poder público e população, para que a Covid-19 seja superada. Ela motivará o cidadão que tenha acesso à campanha no ambiente on-line a se manter firme na prevenção e vacinar-se. A hashtag #GarçaContraACovid é um mecanismo que auxiliará no compartilhamento das informações e disseminação da mensagem.

DEMAIS PEÇAS:

Comerciais em TV de 30”: redução do vídeo principal da campanha para a duração de 30 segundos. A mensagem será mantida e gerará o mesmo impacto emotivo para atrair, sem deixar de lado a informação.

Adaptação de VT 30” para portais regionais: também respeitando as características dos portais regionais, haverá a adequação do roteiro para que a mensagem seja passada em 30 segundos.

Adaptação de VT 30” para redes sociais: nas redes sociais, meio de grande alcance do público de modo geral, sobretudo os mais jovens e adultos, a mensagem também estará presente no formato de vídeo de 30 segundos.

Peças digitais para Facebook, Instagram e Youtube: conteúdo que favorece a interação e gera o engajamento, para potencializar o resultado da campanha. As mídias digitais serão ferramentas importantes durante todo o tempo de veiculação da campanha, com diferentes tipos de postagens, sempre com o propósito de gerar reflexão e motivar a prevenção.

Banner sites para portais regionais: motivarão o envolvimento dos cidadãos à causa da prevenção e farão o direcionamento para o vídeo e site da Prefeitura com informações relacionadas ao combate da Covid.

Anúncios Google Ads rede de display: intensificarão o impacto da campanha. Com essa ferramenta, haverá o aproveitamento do tráfego de grandes sites, para que a campanha chegue ao público-alvo.

Anúncios textuais para Google Ads rede de pesquisa: o contato com a campanha nesta ação será quando os cidadãos pesquisarem temas relativos à Covid-19 em Garça, no buscador do Google.

Banners sites para o site institucional: em todas as peças de divulgação digital, o principal foco será o link que direcionará para o vídeo.

Adaptação de artes, comunicados internos e proteção de tela da rede interna de computadores: contribuirão para a fixação da mensagem e para que os servidores municipais sintam-se envolvidos e sejam multiplicadores da campanha.

Adaptação de artes e filmes para WhatsApp da comunicação interna: com o mesmo propósito de focar no público de servidores da Prefeitura, como forma de valorização e apoio como agentes multiplicadores da informação.

Flyer – Peça que chega a diferentes públicos, o flyer também é peça essencial. Na frente, prioriza o conceito da campanha. Em seu verso mostra principalmente quais as ações adotadas pela Prefeitura no combate à Covid-19 e quais ações devem fazer parte da rotina dos cidadãos para conquistar a felicidade que representa o fim da pandemia. O flyer contará com um QR Code que direcionará o público para o vídeo da campanha, como um complemento à mensagem que ele leu no referido informativo.

Lista das peças corporificadas:

- Video 1 minuto (storyboard)
- Roteiro de spot 30 segundos
- Outdoor
- Cartaz
- Carrossel para redes sociais

ESTRATÉGIAS DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

Definimos um planejamento estratégico de mídias e ferramentas de comunicação visando atender as necessidades e objetivos dispostos neste projeto, de acordo com o briefing e a verba de R\$ 100.000,00 disponibilizada. Uma vez que o objetivo central é levar a mensagem para pelo menos 70% da população, produzindo assim um *share of mind* com profundidade e viés positivo, a integração da campanha em diferentes canais de comunicação é imprescindível para a concretização do *target* definido.

Seguindo as informações dispostas pelo briefing, a população ainda precisa ser conscientizada sobre a prevenção contra o coronavírus. Com isso, a campanha visa mostrar a importância da informação, orientação e educação da população quanto à necessidade de vacinação e enfrentamento contra a Covid-19. Além disso, as ações desenvolvidas pretendem dar publicidade ao trabalho da gestão que preparou a cidade e pavimentou o caminho para o pós-pandemia.

Interligada à estratégia de comunicação e ao discurso empregado na campanha, a estratégia de mídia e não mídia visa trazer mais de um aspecto para a sua divulgação, havendo um direcionamento para uma perfeita harmonia com os objetivos traçados, permitindo assim uma abrangência da campanha para com os garcenses.

Analisando os hábitos, comportamentos e perfis da população

Pela necessidade do impacto efetivo sobre o público-alvo, é fundamental o entendimento sobre a população de Garça, seja no perfil morador ou flutuante da cidade, assim como os seus hábitos, rotinas e percepções de mídia.

A comunicação deve ser direcionada para todos os perfis de moradores e público flutuante e, para isso, é necessária uma pluralidade nas mídias e não mídias empregadas. Segundo o estudo Data Stories, do Kantar Ibope Media, as pessoas estão aumentando o seu tempo de contato com a mídia, mas ao mesmo tempo ampliando a quantidade de mídias que consomem – um aumento de 10% aproximado na quantidade de fontes utilizadas para a busca de informações.

Logo, o plano estratégico de mídia e não mídia contém um mix de mídia diversificado, com diferentes tipos de canais. Foram levados em conta os diferentes hábitos, horários e momentos de consumo de informação. A mídia offline será o principal elemento utilizado no plano, seguida pela mídia on-line e, por último, serão empregados os recursos próprios de comunicação.

Utilizaremos uma estratégia de mídia e não mídia composta por três etapas complementares. Em um primeiro momento, a campanha deverá ganhar velocidade de impacto, alcançando a população de Garça em sua totalidade em diversos momentos do início das veiculações. Dentre as 5 principais mídias definidas no plano, temos 4 com

maior penetração total perante a população: a TV aberta com 88%, as mídias out of home com 87%, as mídias digitais com 87% e a rádio com 62%, segundo a pesquisa do Kantar IBOPE Media – Target Group Index 2020. ANEXO 1.

Com a consolidação do alcance de massa, a campanha iniciará seu momento de fixação de mensagem, fase em que é imprescindível a utilização de veículos que possuam uma maior credibilidade nas notícias e informações disponibilizadas. Através do estudo Kantar Dimension 2020, é possível identificar que o jornal impresso, a rádio, os websites corporativos e a televisão têm somados a confiança de 75% em sua mensagem de mídia disponibilizada. ANEXO 2.

Após as duas etapas iniciais, além de levar a mensagem ao menos a 70% do target, em profundidade de *share of mind*, com viés positivo, teremos ampliado a fixação das respostas para as informações centrais da justificativa, explicando à população como a vacinação e o combate à pandemia estão ocorrendo. Isso se dá através da interligação entre a assertividade da linguagem definida na campanha e a frequência e cobertura traçadas para o planejamento de mídia.

Para a última fase foram selecionados os veículos que possuem como característica a interação direta da população com a prefeitura. Vale reforçar que 64% das pessoas compartilham postagens ou conteúdos em suas redes sociais e 52% optam por notícias importantes ou novidades, segundo estudos do Instituto Qualibest de 2016 e 2019. O foco central é a ampliação da campanha através da divulgação do discurso pelo garçense, seja através de seus canais de comunicação digital, ou até mesmo no formato tradicional de disseminação de informação. Além disso, essa etapa prorrogará a vida útil da campanha para proporcionar à Prefeitura mais eficácia e rentabilidade na sua divulgação.

O período da campanha será de agosto a dezembro de 2021. Todas as estratégias e táticas planejadas baseiam-se em indicadores e pesquisas que focam os hábitos de consumo de comunicação e mídia dos moradores de Garça, baseados no perfil dos públicos-alvo já explanados, seja no perfil morador ou flutuante da cidade.

Para intensificar a amplitude e a disseminação das informações, iniciaremos a campanha com maior pico de inserções nas mídias offline, por sua característica de mídia com maior velocidade de envio de informações. A sustentação da campanha será realizada com alguns meios específicos, que visam trazer o engajamento com o discurso da campanha, como também ampliar o conhecimento sobre sua linguagem e, assim, gerar o *recall* que a campanha necessita.

De acordo com a simulação estabelecida no projeto, trabalharemos com o plano de comunicação contendo:

Comerciais em TV de 30"

Video 1 minuto para redes sociais.

Spot 30" em rádios

Placas de outdoor

Flyer

Cartaz

Peças digitais para Facebook, Instagram e Youtube

Banner sites para portais regionais
Banner site para Google Ads rede de display
Anúncios textuais para Google Ads rede de pesquisa
Adaptação de VT 30" para portais regionais
Adaptação de VT 30" para redes sociais
Informativo para distribuição
Banners sites para o site institucional
Adaptação de artes e filmes para WhatsApp da comunicação interna
Adaptação de artes, comunicados internos e proteção de tela da rede interna de computadores.

Para iniciar a campanha com o maior número de pessoas impactadas possível e facilitar a assimilação das linguagens e estratégias dispostas no enredo criativo, utilizaremos a televisão aberta e a rádio, que terão o primeiro e o quinto maior investimento entre as mídias definidas, abrangendo 63% e 2% da verba total, respectivamente. A programação escolhida para esses meios visa atingir um público mais amplo.

Já no caso das mídias digitais, o objetivo é abordar o *target* de forma nichada. Cada perfil de público terá o seu viés de direcionamento, otimizando com isso a estratégia traçada. Utilizaremos as plataformas Facebook, Instagram, Youtube, e Google, além de sites regionais. O meio digital possui o terceiro maior investimento (11,18%) do plano, por ser uma tendência mundial em relação ao consumo de publicidade, penetração da mensagem e formação de opinião, segundo o Mídia Dados 2020.

ESTRATÉGIAS DE MÍDIA E NÃO MÍDIA NA PRÁTICA

O cronograma geral da verba está demonstrado no ANEXO 3. O investimento em produção está descrito no ANEXO 4. O cronograma de mídia por veículo, demonstração dos veículos, datas e inserções das peças está disponível nos ANEXOS 5, 6, e 7.

Para exemplificar e quantificar as ações aqui propostas, criamos um plano de distribuição das peças das campanhas e um cronograma, onde estão sugeridos formatos, valores, datas, números de inserções, meios e veículos que julgamos adequados para atingir os objetivos da campanha.

O investimento em mídia será maior no início da campanha, para fortalecer o impacto das ações de publicidade, concentrado em mídias de grande velocidade de alcance da mensagem. Após a primeira quinzena, selecionamos as mídias que possuem maior fixação da mensagem, para a geração do recall da campanha.

Meio TV: segundo o Mídia Dados 2020, a televisão tem cobertura e alcance maior por gênero, classe social e faixa etária. A mídia televisiva é o principal meio de comunicação na busca de informação, com 88% de penetração no total da população. A televisão chega ao público em um momento de descontração para melhor absorver as informações, aumentar a atenção e cobertura do público-alvo e, assim, demonstrar aos moradores de Garça a importância da vacinação e da prevenção. Para isso, foi elaborado um plano estratégico que prevê a utilização de VT de 30 segundos nas principais emissoras (TV Tem, Record TV, SBT e Band). Os programas selecionados de cada emissora são de

acordo com o público-alvo e o investimento adequado, trazendo segmentação e distribuição estratégica em linha com as metas estabelecidas.

Na emissora TV Tem, serão quinze (15) inserções de 30" distribuídas entre os dias 2 e 15 do mês de agosto. As inserções possuem o valor médio de R\$ 2.378,83, totalizando R\$ 28.543,00. Na emissora Record TV serão seis (6) inserções de 30" distribuídas entre os dias 1 e 8 do mês de agosto. As inserções possuem o valor médio de R\$ 2.555,00, totalizando R\$ 15.330,00. Na emissora SBT serão cinco (5) inserções de 30" distribuídas entre os dias 2 e 6 do mês de agosto. As inserções possuem o valor médio de R\$ 2.084,33, totalizando R\$ 9.059,00. Na emissora TV Band serão quatro (4) inserções de 30" distribuídas entre os dias 2 e 6 do mês de agosto. As inserções possuem o valor médio de R\$ 2.734,67, totalizando R\$ 9.780,00. Total de investimento meio TV: R\$ 62.712,00.

Meio Rádio: a razão pela qual esse tipo de veículo é utilizado é por ser um meio de comunicação de massa que penetra em todas as faixas etárias e é amplamente aceito pelas pessoas. As empresas de radiodifusão são uma ferramenta de rápido desenvolvimento nos últimos anos, em constante evolução na busca de informações e entretenimento. A transmissão cobre públicos em diferentes lugares, como carros, casas, lojas e locais de trabalho, em diferentes dispositivos eletrônicos.

As emissoras escolhidas são Nativa FM e Jovem Pan. Elas possuem abrangência para a cidade de Garça, mas atingem toda a região. Os momentos de inserção foram selecionados para aproveitar o impacto oportunizado pela TV, possibilitando uma maior disseminação da mensagem. Será veiculado um total de 18 spots de 30 segundos, distribuídos nas emissoras entre os dias 2 e 6 de agosto, dando ênfase à mensagem e causando grande impacto. Total de investimento meio Rádio: R\$ 2.440,00.

Meio Outdoor: o plano inclui a utilização de meios urbanos de grande impacto, como o outdoor. Ele integra a paisagem urbana e atinge de forma rápida e eficaz diferentes públicos, em diferentes momentos do dia e tem elevada visibilidade da informação. Estudos têm demonstrado que, entre a mídia out of home, a mídia outdoor é uma das mais vistas pelo público. Sugerimos a veiculação de 6 placas na bi-semana, 32-21 (02/08 a 15/08) do mês de agosto no município. Total de investimento meio Outdoor: R\$ 5.000,00.

Meio Digital: a internet se tornou uma importante ferramenta de comunicação, se consolidando na realidade e no cotidiano do brasileiro. O Brasil é o 4º país do mundo com mais usuários conectados a ela, o que representa mais de 70% da população, segundo o Mídia Dados 2020. Neste meio, trabalharemos ações que tragam o relacionamento ativo entre a campanha e o impactado. Sendo assim, apresentamos mais detalhadamente os veículos que utilizaremos:

Portais nacionais e regionais: o principal benefício com esse tipo de veiculação é agregar autoridade e relevância aos conteúdos divulgados. A escolha do G1 e do Globo Play se baseia em sua presença digital e autoridade que o Grupo Globo possui sobre a população, sendo o portal com mais visitantes únicos, segundo o Mídia Dados 2020.

Utilizaremos portal de notícias regional, que é o G1 Marília, onde sugerimos a inserção de banners que levem as pessoas a interagir com a campanha. Também sugerimos banners com a mesma finalidade em portais de notícias e entretenimento nacionais. São eles: G1 e GShow, porém com uma ferramenta de geotarget, que delimita a visualização somente para pessoas que acessam esses sites nas cidades determinadas. Além dos banners, no G1 Marília utilizaremos a inserção de vídeos de 30" com a opção de *skip ads* para as notícias de Garça e para o Globo Play, outro serviço oferecido pelo Grupo Globo.

Sugerimos a determinação de todas as cidades no raio de 10 km da cidade de Garça. Nos portais do grupo Globo, serão contratadas 67.000 impressões de banners a um custo por mil de R\$ 20,00, 10.000 impressões de vídeo, a um custo por mil de R\$ 150,00, totalizando R\$ 2.840,00.

SBT Digital: utilizaremos a inserção de vídeos de 30" no Youtube da emissora com a opção de *skip ads* para a página da Prefeitura de Garça. Sugerimos a determinação de todas as cidades no raio de 10 km da cidade de Garça. Serão contratadas 10.000 impressões de vídeo, a um custo por mil de R\$ 350,00, totalizando R\$ 2.100,00.

Facebook: se tratando da rede social com maior alcance no Brasil, também segundo o Mídia Dados 2020, utilizaremos dois tipos de publicação e patrocínios: as adaptações de vídeos da campanha e as postagens para engajamento e divulgação.

A primeira frente de ação será a divulgação do filme de 30" adaptado para as redes sociais. Ele será utilizado no período da veiculação do filme da TV, assim como nos momentos em que não temos a sua veiculação, buscando assim a integração da mensagem em diferentes canais de comunicação. A sugestão é investir R\$ 30,00 por dia, e o objetivo será amplificar a visualização do vídeo, com um alcance estimado de 3,1 mil a 10 mil pessoas por dia, segundo o Business Facebook.

A segunda forma de publicação terá como foco o relacionamento, o engajamento com o público e a campanha, com investimento diário sugerido de R\$ 15,00 e alcance estimado de 1,1 mil a 6,1 mil pessoas por dia, ainda de acordo com o Business Facebook.

Através destas publicações, abordaremos o usuário em sua totalidade de utilização nas redes sociais, impactando os diferentes perfis de consumo nesta rede social. Todas as publicações serão direcionadas para a população de Garça e um raio de 10 km. O valor total de investimento para as ações descritas acima é de R\$ 1.095,00.

Instagram: segundo o Mídia Dados 2020, esta é a segunda rede social mais utilizada no Brasil. Realizaremos através dela as ações com maior impacto visual na campanha, por meio das publicações com a temática apresentada, a adaptação do filme veiculado na TV, os stories patrocinados. Toda a programação do Ads será realizada através do Business Facebook, pela sua maior gama de funcionalidades.

No primeiro grupo de postagens, divulgaremos o filme de 30" adaptado para redes sociais. A sugestão de investimento é de R\$ 20,00 por dia, tendo um alcance estimado de 1,6 mil a 5,9 mil pessoas por dia, segundo o Business Facebook.

O segundo tipo de publicações será focado nas postagens de engajamento da campanha. Elas terão um investimento diário sugerido de R\$ 15,00, com uma estimativa de alcançar de 1,9 mil a 5,6 mil pessoas por dia.

O último foco nesta rede social serão os Stories Ads, tendo como objetivo principal o reconhecimento da campanha. Sugerimos um investimento de R\$ 25,00 por dia, tendo um alcance estimado de 2,9 mil a 12 mil pessoas por dia, de acordo com o Business Facebook.

Todas as publicações serão direcionadas para a população de Garça e um raio de 10 km. O valor total de investimento para as ações descritas acima é de R\$ 1.545,00.

Youtube: o principal foco na utilização desta rede social é veicular a adaptação do filme de 30", com objetivo de campanha, impactando de forma massiva o *target*. Segundo o estudo digital 2020 Global Digital Yearbook, esta rede social possui o maior tempo de navegação por visita.

O foco principal é a divulgação através da adaptação do filme que será utilizado na TV, de 30", ao longo de toda a campanha. A exibição será realizada antes do início do vídeo a que o usuário estiver assistindo e aparecerá com a opção de *skip ads*.

A segmentação de público será direcionada por geolocalização, atingindo os moradores da cidade de Garça e um raio de 10 km. O investimento diário sugerido será de R\$ 50,00 e a estimativa de impressões é de 1.000 impressões diárias, segundo o Google Ads. A verba total para esta rede social será de R\$ 1.500,00.

Google Ads: essa forma de divulgação irá atrelar sites com grande tráfego à campanha, uma vez que as 5 categorias com maior alcance estão inseridas no perfil de anúncios do Google, de acordo com o Mídia Dados 2020. Para intensificar o impacto da campanha, utilizaremos os anúncios em displays e rede de pesquisa no Google.

Com os anúncios em rede de pesquisa, traremos os usuários mais assíduos e engajados com o tema vacinação, ou os usuários que estão buscando informações sobre a Covid-19. Através da definição das principais notícias, palavras-chave e termos relacionados aos acontecimentos relacionados às ações desenvolvidas ou pautas de maior repercussão, iremos impactar os munícipes. A segmentação de público será direcionada por geolocalização, abrangendo os moradores da cidade de Garça e um raio de 10 km. O investimento diário sugerido será de R\$ 45,00, e a estimativa de impressões é de 3.600 cliques em anúncios, segundo o Google Ads.

Através dos anúncios em formato display, iremos impactar a população através da comunicação visual da campanha. Com isso, abordaremos a população em sua navegação em portais de notícias, blogs e demais páginas relacionadas ao Google AdSense. O público será definido com base na geolocalização para a cidade de Garça e um raio de 10 km. O investimento diário sugerido será de R\$ 25,00 em displays, com uma estimativa diária de 1,7 mil a 4 mil cliques em banners. A verba total investida nesta mídia será de R\$ 2.100,00.

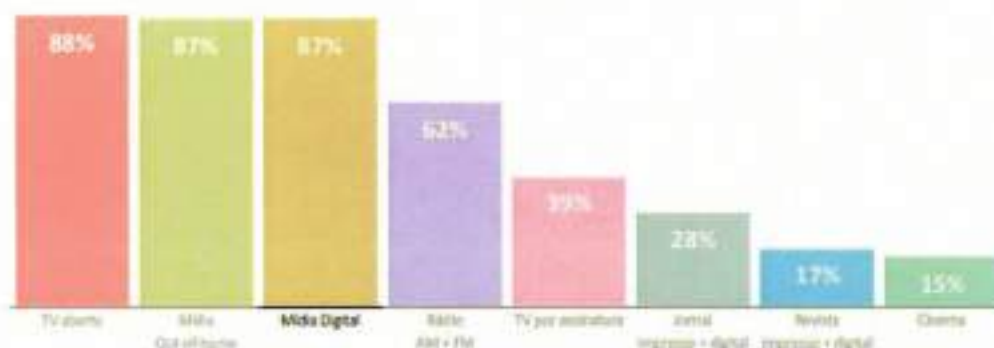
Produção: serão produzidos 15.000 informativos com valor unitário de R\$ 0,68, totalizando R\$ 10.200,00. Teremos 50 cartazes A3 com valor unitário de R\$ 221,00, para serem colocados em locais públicos como postos de saúde, Prefeitura, Câmara Municipal e escolas municipais. E contaremos com a produção de flyer 10.000 unidades, com valor unitário de R\$ 0,12, totalizando R\$ 1.200,00. Para produção, ainda teremos: um VT 30" para a TV e suas adaptações digitais, no valor de R\$ 3.700,00. Para o spot a ser veiculado nas rádios, teremos o valor de produção de R\$ 150,00. Impressão dos outdoors: R\$ 1.170,00. O valor total da produção chega a R\$ 16.631,00.

Conforme demonstrado no detalhamento supracitado e nas tabelas constantes no ANEXO 01, o valor estimado para investimento em mídia totaliza R\$ 99.963,00 e contempla divulgação da campanha em mídias on e offline.

ANEXO 1

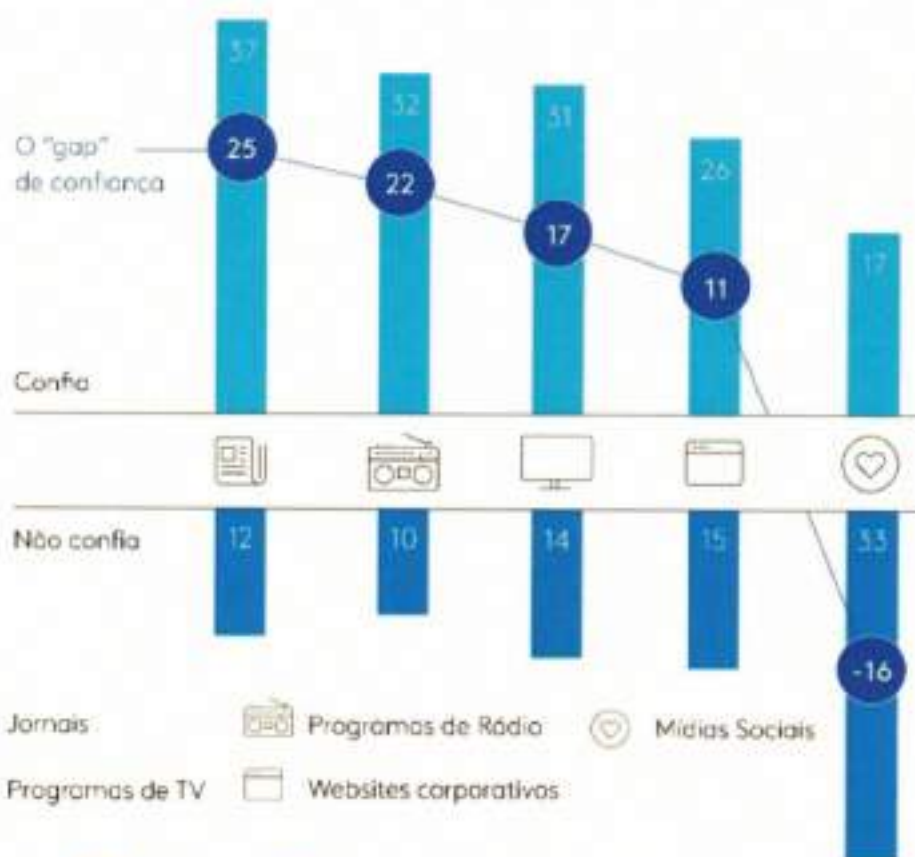
Penetração do meio no total da população – 30 dias

Penetration of the medium in the population – 30 days



ANEXO 2

O "gap" de confiança (notícias e informações) em %



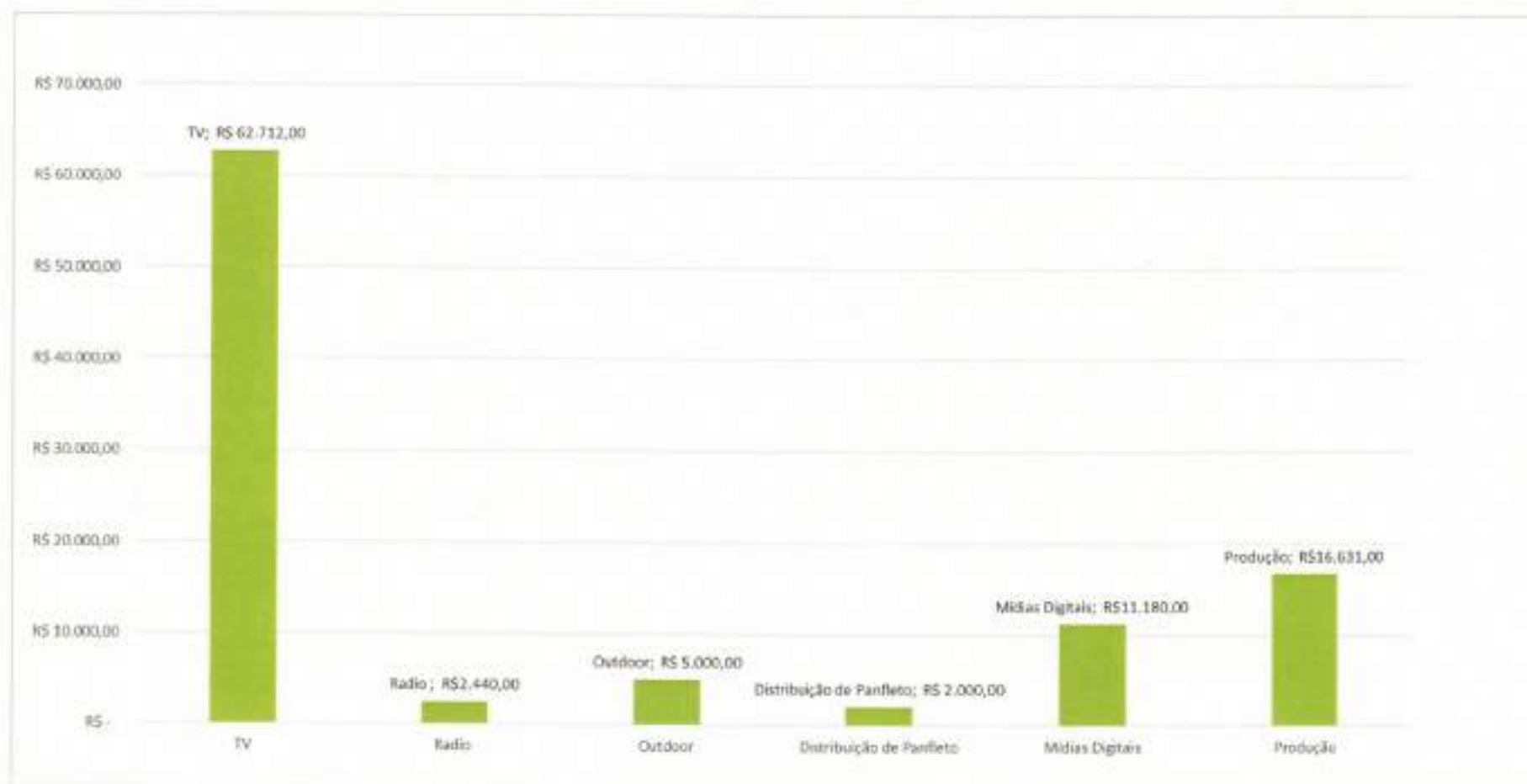
● Confia ● Não confia ● O "gap" de confiança

Q: Em quais das seguintes formas de compartilhamento de notícias e mídia você tende a confiar??

Base: 8002 consumidores conectados

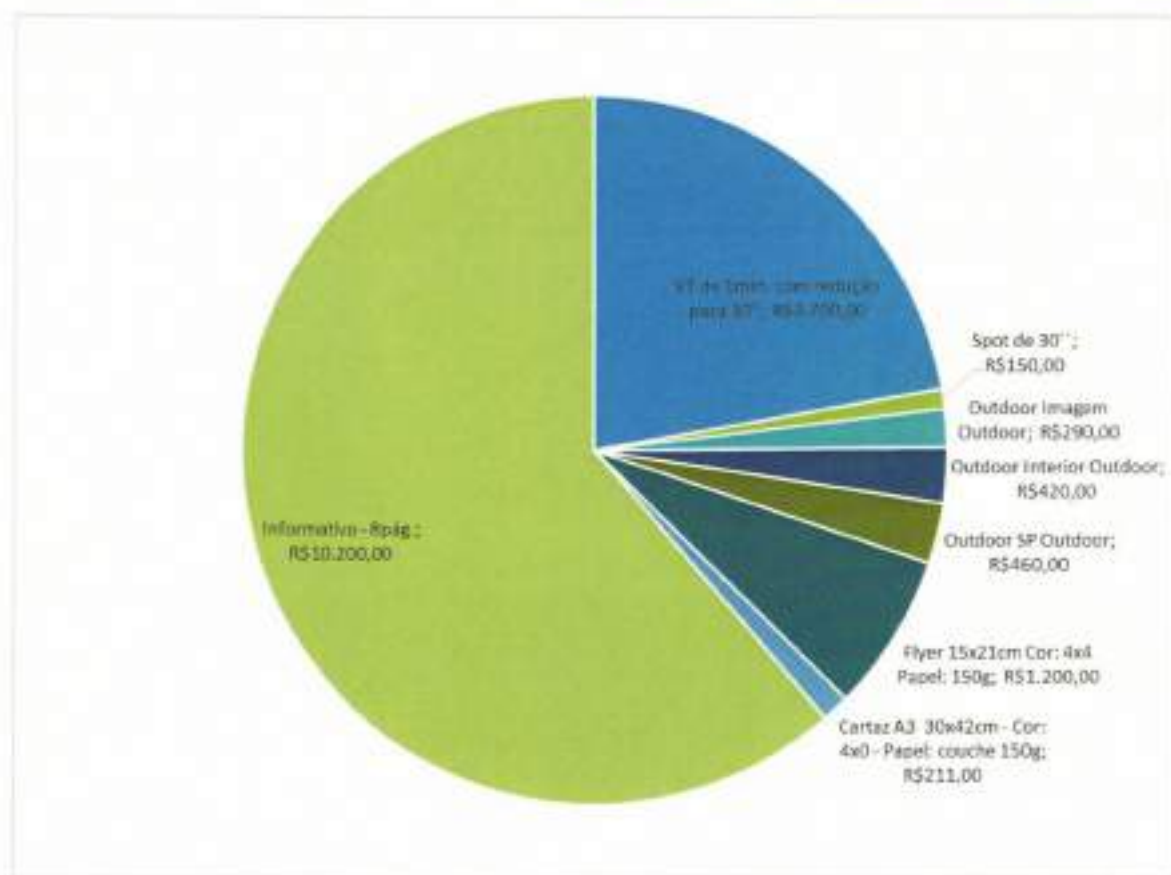
Fonte: Estudo Kantar DIMENSION 2020

Meio	Investimento	Porcentagem %
TV	R\$ 62.712,00	63%
Radio	R\$ 2.440,00	2%
Outdoor	R\$ 5.000,00	5%
Distribuição de Panfleto	R\$ 2.000,00	2%
Mídias Digitais	R\$ 11.180,00	11,18%
Produção	R\$ 16.631,00	16,64%
Total Investido	R\$ 99.963,00	100%



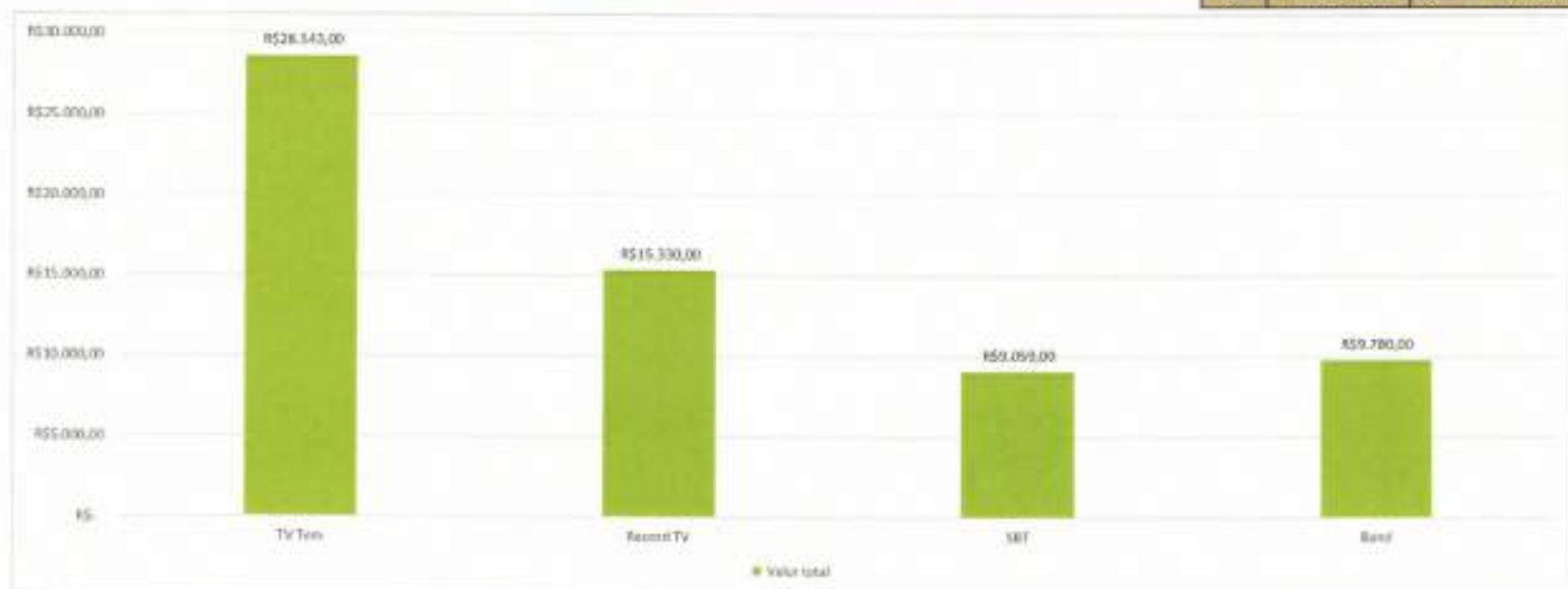
ANEXO 4

PEÇA	QUANTIDADE	Valor Unitário	Valor Total
VT de 1min. com redução para 30"	1	R\$ 3.700,00	R\$ 3.700,00
Spot de 30"	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
Outdoor Imagem Outdoor	2	R\$ 145,00	R\$ 290,00
Outdoor Interior Outdoor	2	R\$ 210,00	R\$ 420,00
Outdoor SP Outdoor	2	R\$ 230,00	R\$ 460,00
Flyer 15x21cm Cor: 4x4 Papel: 150g	10.000	R\$ 0,12	R\$ 1.200,00
Cartaz A3 30x42cm - Cor: 4x0 - Papel: couche 150g	50	R\$ 221,00	R\$ 211,00
Informativo - 8pág.	15.000	R\$ 0,68	R\$ 10.200,00
		TOTAL	R\$ 16.631,00
		TOTAL GERAL PRODUÇÃO	R\$ 16.631,00



ANEXO 5

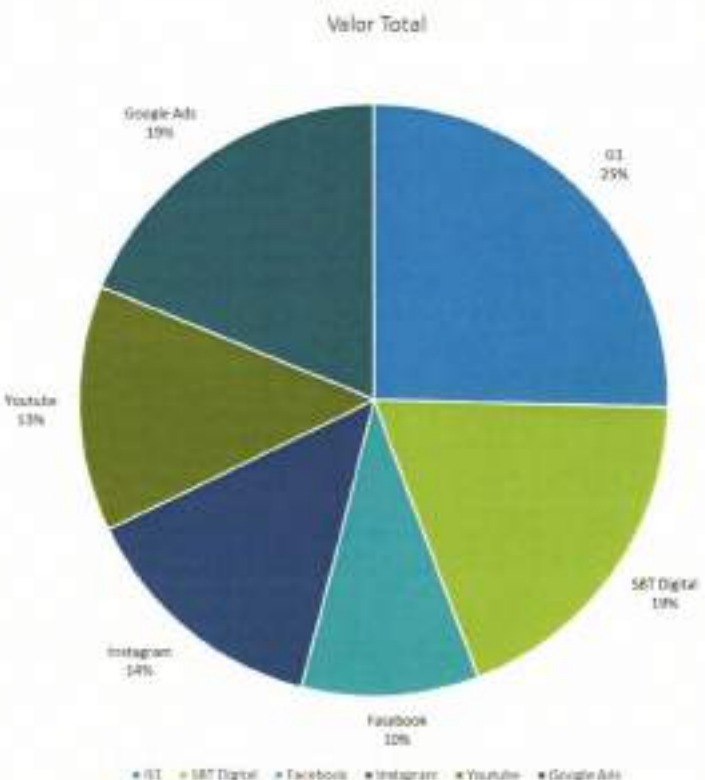
Veículo	Programa	Sec.	AGOSTO															Quant.	Valor Unitário	Valor total
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15			
			D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D			
TV Tem	Hora 1	30"	1	1	1	1							1	1	1			7	R\$ 618,00	R\$ 4.326,00
	Tem Notícias 1ª Edição	30"					1					1						2	R\$ 2.476,00	R\$ 4.952,00
	Tem Notícias 2ª Edição	30"	1								1							2	R\$ 5.779,00	R\$ 11.558,00
	E de casa	30"														1		1	R\$ 1.311,00	R\$ 1.311,00
	Revista de Sábado	30"						1										1	R\$ 1.782,00	R\$ 1.782,00
	The Voice Kids	30"							1								1	2	R\$ 2.397,00	R\$ 4.614,00
																		15	TOTAL	R\$ 28.543,00
Record TV	Balanço Geral 1	30"		1		1	1											3	R\$ 2.555,00	R\$ 7.665,00
	Balanço Geral Ed. Sábado	30"								1								1	R\$ 2.555,00	R\$ 2.555,00
	Visão na Record	30"	1							1								2	R\$ 2.555,00	R\$ 5.110,00
																		6	TOTAL	R\$ 15.330,00
SBT	Primeiro Impacto	30"			1		1											2	R\$ 1.183,00	R\$ 2.206,00
	Noticiário	30"		1		1												2	R\$ 1.703,00	R\$ 3.406,00
	The noite	30"						1										1	R\$ 3.447,00	R\$ 3.447,00
																		5	TOTAL	R\$ 9.059,00
Band	Primeiro Jornal	30"			1		1											2	R\$ 1.576,00	R\$ 3.152,00
	Bora Brasil	30"				1												1	R\$ 1.920,00	R\$ 1.920,00
	Band Cidade 1ª edição	30"		1														1	R\$ 4.708,00	R\$ 4.708,00
																		4	TOTAL	R\$ 9.780,00
																		30	TOTAL GERAL	R\$ 62.712,00



ANEXO 7


INICIAL			ACERTO																															Quant	Valor Suficiente	Valor Total		
Veículo	Formato	Unidade do Veículo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31					
GT	Pet-Roll 30" - Camê-Site	CPM	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1																					18	R\$	180,00	R\$	1.800,00
GT	Inteligente 30X330	CPM	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0																					21	R\$	20,00	R\$	440,00
GT	MiniMax 110X250	CPM	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0																					21	R\$	20,00	R\$	440,00
GT	MiniMax 110X250	CPM	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0																					21	R\$	20,00	R\$	440,00
3BT Capital	Pet-Roll 30" - Camê-Site	CPM	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0																					6	R\$	180,00	R\$	2.000,00
																																		107,60	R\$	6.460,00		

Veículo	Formato	Detalhamento	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	Quant	Valor Suficiente Sugerido	Valor Total Sugerido		
Facebook	Imagem - 10m 30"	Investimento diário sugerido	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0																					24	R\$	30,00	R\$	720,00
Facebook	Público 10m 30" - campanha	Investimento diário sugerido	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0																					14	R\$	15,00	R\$	210,00
Instagram	Imagem - 10m 30"	Investimento diário sugerido	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0																					24	R\$	30,00	R\$	720,00
Instagram	Público 10m 30" - campanha	Investimento diário sugerido	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0																					14	R\$	15,00	R\$	210,00
Instagram	Imagem - 10m 30"	Investimento diário sugerido	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0																					24	R\$	30,00	R\$	720,00
Instagram	Público 10m 30" - campanha	Investimento diário sugerido	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0																					14	R\$	15,00	R\$	210,00
Youtube	Imagem 30" - sem clip	Investimento diário sugerido	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0																					24	R\$	30,00	R\$	720,00
Google Ads	Rede de Pesquisa	Investimento diário sugerido	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0																					24	R\$	40,00	R\$	1.200,00
Google Ads	Rede de Display	Investimento diário sugerido	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0																					24	R\$	20,00	R\$	720,00
																																		107,60	R\$	6.340,00		



ESTA É A PROPOSTA DA
HOUSE CRIATIVA REFERENTE AO ENVELOPE "2"
DO TERMO DE REFERÊNCIA:
**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE
ESPECÍFICOS PARA ORIENTAÇÃO SOBRE
VACINAÇÃO CONTRA A COVID-19 E SOBRE O
PLANO NACIONAL DE OPERACIONALIZAÇÃO DA
VACINAÇÃO CONTRA A COVID-19.**

Bauru/SP, 27 de julho de 2021.



Elisângela Parreira de Miranda Barduzzi
CPF: 304.582.068-90

Tá na cara que vamos vencer.

Atrás de cada máscara há
um sorriso querendo sair.
E ele vai sair!

A Prefeitura de Garça está
trabalhando para isso e
conta com você.

#GARÇA
CONTRA A
COVID



TORE AS DUAS
DOSES DA VACINA



USE
MÁSCARA



LAVE SEMPRE
AS MÃOS



NÃO
ACOMODE



PREFEITURA DE
GARÇA



Tá na cara
que vamos
vencer.

"GARÇA
CONTRA
COVID

TOME AS DUAS
DOSES DA VACINA

PREFEITURA DE
GARÇA

Post Carrossel para as Rede Sociais





Tá na cara *que vamos* **vencer.**

Peça: Spot
Duração: 30"

*Trilha dinâmica/
moderada*

A Prefeitura de Garça tem se superado para enfrentar a pandemia, salvar vidas e antecipar um futuro muito melhor para todos.

Criou o Centro de Referência à Covid, contratou mais profissionais, aumentou o número de leitos.

Está realizando de forma acelerada a vacinação.

Tá na cara que vamos vencer a Covid-19, mas para isso contamos com você!

Tome as duas doses da vacina e continue a prevenção.

Prefeitura de Garça.



IMAGEM:

PROFISSIONAL DE SAÚDE, COM MÁSCARA, SONRIR COM OS OLHOS ABERTA PARA CÂMERA NA MENÇÃO "CONTAMOS COM VOCÊ"

ÁUDIO:

TÁ NA CARA QUE VAMOS VENCER, MAS PARA ISSO CONTAMOS COM VOCÊ!



IMAGEM:

PROFISSIONAIS ATUANDO NO ENFRENTAMENTO DA COVID-19, NAS ROTINAS DOS POSTOS DE SAÚDE

LOCUÇÃO:

A PREFEITURA DE GARÇA TEM SE SUPERADO PARA ENFRENTAR A PANDEMIA E SALVAR VIDAS.



IMAGEM:

PROFISSIONAIS ATUANDO NO ENFRENTAMENTO DA COVID-19, NAS ROTINAS DOS POSTOS DE SAÚDE

LOCUÇÃO:

CRIOU O CENTRO DE REFERÊNCIA À COVID, CONTRATOU MAIS PROFISSIONAIS, AUMENTOU O NÚMERO DE LEITOS.

4



GARÇA

IMAGEM:

PROFISSIONAL DURANTE A APLICAÇÃO DA VACINA. FOCO TAMBÉM NO CIDADÃO QUE SORRI COM OS OLHOS

LOCUÇÃO:

ESTÁ REALIZANDO DE FORMA ACELERADA A VACINAÇÃO.

5



GARÇA

IMAGEM:

IMAGENS DO TRABALHO DA PREFEITURA NA CIDADE (EQUIPE EM OBRAS, POR EXEMPLO). IMAGEM AEREA BOMBA DA CIDADE (PREFERENCIALMENTE UM NASCER OU PÔR DO SOL)

LOCUÇÃO:

COM ADAPTAÇÃO E PERSEVERANÇA, A CRISE NÃO FOI CAPAZ DE PARALISAR O NOSSO DESENVOLVIMENTO. SEGUIMOS CONSTRUINDO UMA GARÇA MELHOR PARA TODOS!

6



GARÇA

IMAGEM:

FOCO NO OLHAR DE UMA MULHER COM MÁSCARA (CIDADÃ DE GARÇA). ABAXA UM POUQUINHO A MÁSCARA, SORRI E A COLOCA DE VOLTAS NO LUGAR. (PEÇA CONCEITO DA CAMPANHA E A REFERÊNCIA PARA A CENA)

LOCUÇÃO:

ATRÁS DE CADA MÁSCARA HÁ UM SORRISO QUERENDO SAIR. E ELE VAI SAIR!

MAS POR ENQUANTO AINDA PRECISA ESTAR COBERTO.

7

Vaccine-se



IMAGEM:

JOVEM DURANTE A VACINAÇÃO. NA SEQUÊNCIA MOSTRA O BRAÇO COM A MARQUINHA DA VACINA. ABRE UM POLÍCULO E A MÁSCARA E CORRE/VAI VOLTANDO. A IMAGEM VAI ENCAIXANDO PARA O ENCERRAMENTO DO VÍDEO, COM A MARCA DA PREFEITURA.

LOCUÇÃO:

CONTINUE A PREVENÇÃO E
TOME AS DUAS DOSES DA
VACINA.
SORRIA PARA A VIDA!

8



PREFEITURA DE
GARÇA

IMAGEM:

ENCERRAMENTO COM A
ASSINATURA DA PREFEITURA.

LOCUÇÃO:

PREFEITURA DE
GARÇA.

ENVELOPE Nº 03 - PROPOSTA DE PREÇO

PREFEITURA MUNICIPAL DE GARÇA

TERMO DE REFERENCIA - COVID-19



HOUSE CRIATIVA COMUNICAÇÃO LTDA
CNPJ 08.889.690/0001-93

PREFEITURA MUNICIPAL DE GARÇA

Protocolo nº 064/21

Processo nº Dispensa

Data: 17/07/21 Hora: 09:00

Franciele G. Soares
Responsável



 **housecriativa**
comunicação



ENVELOPE Nº3



123
456
789



**PROPOSTA
DE PREÇO**



MUNICÍPIO DE INTERESSE TURÍSTICO GARÇA

TERMO DE REFERÊNCIA

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE ESPECÍFICOS PARA ORIENTAÇÃO SOBRE VACINAÇÃO CONTRA A COVI-19 E SOBRE O PLANO NACIONAL DE OPERACIONALIZAÇÃO DA VACINAÇÃO CONTRA A COVID.

Razão Social Proponente: House Criativa Comunicação Ltda
CNPJ: 08.889.690/0001-93 **Inscrição Municipal:** 503451
Endereço: R. Benjamin Constant, 7-86 – Higienópolis – Bauru – SP – 17013-206
Telefone: (14) 3232-1897
Email: contato@housecriativa.com.br

Dados bancários:

Banco: Caixa Econômica Federal
Conta Corrente 00000674-3
Agência: 4078

OBJETIVO: Contratação excepcional de serviços de publicidade institucional/utilidade pública pelo Município de Garça, assim entendida, nos termos do artigo 2º da Lei 12.232/2010, o conjunto de atividades realizadas integralmente 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 e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo específico de educar, informar e de orientar quanto à necessidade dos munícipes serem vacinados contra a covid-19 e na tomada de ações e de enfrentamento ao coronavírus quanto a utilização de máscaras, não aglomeração, lavagem assídua das mãos, utilização de álcool gel e outras medidas recomendadas de acordo com o Plano Nacional de Operacionalização da Vacinação contra a Covid, bem como com os protocolos, determinações e recomendações do Governo do Estado de São Paulo.

A presente proposta é válida por 60 (sessenta) dias, a contar de sua apresentação.

Declaramos que, na vigência do contrato decorrente do Termo de Referência, da Prefeitura de Garça, serão cobrados os seguintes honorários:

- a) Desconto a ser concedido à Prefeitura de Garça sobre os custos internos, baseados na tabela referencial de custos internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo **85 % (oitenta e cinco por cento)**;
- b) Honorários de **10% (dez por cento)** relativos aos serviços e suprimentos externos orçados junto a Fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pelo Município,

A Contratada fará jus ao desconto-padrão de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o artigo 11 da Lei nº 4.680/65, artigo 11 do decreto 57.690/66, o artigo 19 da Lei 12.232/10 e demais normas do CENP.

Declaramos ainda que:

Os preços contidos na proposta incluem todos os custos e despesas e outros necessários ao cumprimento integral do objeto deste edital e seus anexos.

Bauru, 27 de julho de 2021.



Elisângela Parreira de Miranda Barduzzi
Sócia Proprietária / Diretora de Criação
RG: 32.886.201-0 CPF 304.582.068-90



housecriativa.com.br

Rua Benjamin Constant, 7-86 | Higienópolis
(14) 3232.1897 | (14) 3204.1043



Sunday

VE





PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE GARÇA
Estado de São Paulo

PORTARIA Nº 34.036/2021

CONSTITUI A COMISSÃO ESPECIAL E COMISSÃO TÉCNICA DE CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE ESPECÍFICOS PARA ORIENTAÇÃO SOBRE VACINAÇÃO CONTRA A COVID-19 E SOBRE O PLANO NACIONAL DE OPERACIONALIZAÇÃO DA VACINAÇÃO.

O Prefeito do Município de Garça, Estado de São Paulo, no uso das atribuições que lhe são conferidas pelo artigo 78 da Lei Orgânica do Município, de 05 de abril de 1990;

Considerando o contido no Memorando nº 13.389, de 16 de julho de 2021, da Secretaria Municipal de Informação, Comunicação e Eventos;

RESOLVE:

Art. 1º Fica constituída e nomeada a Comissão Especial e Comissão Técnica para contratação de serviços de publicidade específicos para orientação sobre vacinação contra a COVID-19 e sobre o Plano Nacional de Operacionalização da Vacinação.

§ 1.º A Comissão Especial para análise das propostas é formada pelos seguintes membros:

- I. Franciele de Araújo Soares – Presidente
- II. Sibeli Saraiva Cardoso – Membro
- III. Bruna Rodrigues de Paula – Membro

§ 2.º A Comissão Técnica para análise das propostas técnicas é formada pelos seguintes membros:

- I. Fábio Bonassa – Presidente
- II. Ana Lúcia Bez – Membro
- III. Fabiano Oliveira – Membro

Art. 2º Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Garça, 26 de julho de 2021.

JOÃO CARLOS DOS SANTOS
PREFEITO MUNICIPAL

DANIEL MESQUITA DE ARAÚJO
PROCURADOR-GERAL DO MUNICÍPIO



PREFEITURA MUNICIPAL DE GARÇA

Estado de São Paulo

ATA DE JULGAMENTO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO APRESENTADOS À CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE ESPECÍFICOS PARA ORIENTAÇÃO SOBRE VACINAÇÃO CONTRA A COVID-19 E SOBRE O PLANO NACIONAL DE OPERACIONALIZAÇÃO DA VACINAÇÃO CONTRA A COVID 19.

Aos 28 (vinte e oito) dias do mês de julho de 2021 (dois mil e vinte e um), às 14h00, na sala de reuniões do Departamento de Contratos e Licitações, à Av. Rafael Paes de Barros n.º 129, nesta cidade de Garça/SP, reuniu-se o mencionado colegiado com a presença de seus membros: Franciele de Araújo Soares – Presidente, Bruna Rodrigues de Paula Silva e Sibeli Saraiva Cardoso – Membros, para julgamento dos documentos apresentados pelas proponentes que protocolaram envelopes para participar da contratação de serviços de publicidade específicos para orientação sobre vacinação contra a covid-19 e sobre o plano nacional de operacionalização da vacinação contra a COVID-19. Conforme verificado, foi encaminhado e-mail para 03 empresas do ramo e após o prazo para entrega das documentações solicitadas, foi constatado que apenas uma empresa se interessou e protocolou os envelopes, a saber: HOUSE CRIATIVA COMUNICAÇÃO LTDA. Os membros da Comissão, após análise detalhada dos documentos apresentados, embasados no termo de referência efetuado pela Secretaria Municipal de Informação, Comunicação e Eventos, constatou que a empresa apresentou toda a documentação exigida, estando ela HABILITADA. Após, conforme Portaria nº 34.036/2021, serão encaminhadas as propostas para análise da comissão técnica. Nada mais havendo a ser tratado, foi encerrada a reunião com a lavratura e leitura da presente Ata, que aprovada vai assinada pelos membros da Comissão.


FRANCIELE DE ARAÚJO SOARES
Presidente da Comissão


SIBELI SARAIVA CARDOSO
Membro da Comissão


BRUNA RODRIGUES DE PAULA SILVA
Membro da Comissão



Prefeitura Municipal de Garça

Estado de São Paulo

ATA DE JULGAMENTO DOS DOCUMENTOS TÉCNICOS APRESENTADOS À CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE ESPECÍFICOS PARA ORIENTAÇÃO SOBRE VACINAÇÃO CONTRA A COVID-19 E SOBRE O PLANO NACIONAL DE OPERACIONALIZAÇÃO DA VACINAÇÃO CONTRA A COVID-19

Aos 29 (vinte e nove) dias do mês de julho de 2021 (dois mil e vinte um), às 08:30 h, na sala da Secretaria de Informação, Comunicação e Eventos, localizada à Praça Hilmar Machado de Oliveira, 102, centro, nesta cidade de Garça/SP, reuniu-se o colegiado da SUBCOMISSÃO TÉCNICA PARA ANÁLISE DA PROPOSTA TÉCNICA, de acordo com a portaria 34.036/2021, composta com os seguintes membros: Fábio Bonassa (presidente), Ana Lúcia Bez (membro) e Fabiano Oliveira Gomes (membro), para julgamento da proposta técnica para a execução dos serviços de publicidade específicos para orientação sobre vacinação contra a covid-19 e sobre o plano nacional de operacionalização da vacinação contra a covid-19. Conforme verificado foi enviado e-mail para três empresas do ramo – lucien@letteracomunicacao.com.br; atendimento@agenciabike.com.br e simone@housecriativa.com.br – e, após o prazo para entrega das documentações solicitadas foi constatado que apenas uma empresa se interessou, protocolou os envelopes e foi julgada apta COMISSÃO ESPECIAL PARA ANÁLISE DAS PROPOSTAS, conforme ata da mesma: HOUSE CRIATIVA COMUNICAÇÃO LTDA. Os membros da SUBCOMISSÃO TÉCNICA PARA ANÁLISE DA PROPOSTA TÉCNICA, embasados no termo de referência julgaram a proposta técnica com a seguinte pontuação:

Quesitos/subquesitos		Pontos
Plano de comunicação publicitária		60
Raciocínio básico	10	
Estratégia de Comunicação Publicitária	15	
Ideia criativa	20	
Estratégia de mídia e não mídia	15	
Capacidade de atendimento		15
Repertório		10
Relatos de soluções de problemas de comunicação		10
Pontuação máxima total		95

Nada mais havendo a ser tratado, foi encerrada a reunião com a lavratura e leitura da presente ata, que, aprovada, vai assinada pelos membros da SUBCOMISSÃO TÉCNICA PARA ANÁLISE DA PROPOSTA TÉCNICA.


FÁBIO BONASSA
Presidente


ANA LÚCIA BEZ
Membro


FABIANO OLIVEIRA GOMES
Membro



Prefeitura Municipal de Garça

Estado de São Paulo

JUSTIFICATIVA DO PREÇO AJUSTADO

Foram convidadas a participar da contratação de serviços de publicidade específicos para orientação sobre a vacinação contra a covid-19 e sobre o plano nacional de operacionalização da vacinação contra a covid-19 três agências de publicidade. Os e-mails foram enviados para os seguintes endereços: lucien@letteracomunicacao.com.br; atendimento@agenciabike.com.br e simone@housecriativa.com.br. Após o prazo para entrega das documentações solicitadas no e-mail, apenas uma das empresas convidadas apresentou a documentação e se habilitou para participação.


Fábio Bonassa
Secretário de
Informação e Comunicação



Prefeitura Municipal de Garça
Estado de São Paulo

JUSTIFICATIVA Nº 145/2021

Ref.: Contratação excepcional, com dispensa de licitação, dos serviços de publicidade específica para orientação sobre vacinação contra COVID-19.

Considerando a solicitação do Secretário de Informação e Comunicação, Sr. Fábio Bonassa, conforme Memorando Eletrônico nº 13.389/2021, para contratação, com dispensa de licitação, dos serviços específicos para orientação e divulgação sobre a vacinação contra a Covid-19 e sobre o Plano Nacional de Operacionalização da Vacinação contra a Covid-19;

Considerando a Lei Federal nº 14.124/2021 de março de 2021, que dispõe sobre medidas excepcionais relativas à aquisição de vacinas e insumos e à contratação de bens e serviços de logística, de tecnologia da informação e comunicação, de comunicação social, publicitária e de treinamentos destinados à vacinação contra a Covid-19 e sobre o Plano Nacional de Operacionalização da Vacinação contra a Covid-19;

Considerando que o secretário solicitante anexou ao pedido o Termo de Referência, onde especifica os serviços a serem realizados, cujo objetivo específico é educar, informar e orientar quanto à necessidade de os munícipes serem vacinados contra a Covid-19 e na tomada de ações no enfrentamento ao coronavírus;

Considerando que foi encaminhado e-mails para três empresas do ramo, objetivando a obtenção de preços, visando a contratação dos referidos serviços, objeto da requisição nº 4557/2021, sendo apresentada as três cotações e tendo como melhor proposta a empresa "House Criativa Comunicação Ltda.", no valor de R\$ 99.963,00 (noventa e nove mil e novecentos e sessenta e três reais), conforme consta da Ata elaborada por Comissão nomeada, através da Portaria nº 34.036/2021, para análise das propostas apresentadas, que fica fazendo parte integrante do respectivo processo de dispensa de licitação;


Considerando que após constatação de que o valor apresentado pela única empresa se encontra dentro do valor estimado pela municipalidade, conforme consta da Ata de Julgamento elaborada pela Comissão constituída para verificação dos documentos e cumprimento das exigências contidas do Termo de Referência, elaborado pela secretaria requisitante;

Considerando o despacho nº 03, exarado pelo Procurador Geral do Município, contido no Memorando Eletrônico nº 13.389/2021, bem como o contido no artigo 2º, inciso II, § 1º da Lei Federal nº 14.124/2021

DECISÃO: RATIFICO o processo de dispensa de licitação e AUTORIZO a contratação dos serviços de publicidade específica para orientação e divulgação sobre a vacinação contra a COVID-19, junto à empresa "House Criativa Comunicação Ltda.", inscrita no C.N.P.J. sob o nº 08.889.690.0001-93, pelo valor global de **R\$ 99.963,00** (noventa e nove mil e novecentos e sessenta e três reais), devendo ser emitido o respectivo empenho e contrato em nome da referida empresa, com fundamento nas razões acima expostas.

Publique-se e Cumpra-se.

Garça, 30 de julho de 2021.


JOÃO CARLOS DOS SANTOS
PREFEITO MUNICIPAL



DIÁRIO OFICIAL

MUNICÍPIO DE GARÇA

Conforme Lei Municipal nº 4.931, de 02 de julho de 2014

www.garca.sp.gov.br/diario-oficial

Sexta-feira, 30 de julho de 2021

Ano VIII | Edição nº 1677A

Página 5 de 28

Registrado e publicado neste Departamento de Atos
Oficiais e Documentos, na data supra.

PJ.-

ANEXO I

a que se refere o artigo 7º do Decreto nº 9.365, de 30
de julho de 2021
MEDIDAS TRANSITÓRIAS

DE 01 DE AGOSTO À 16 DE AGOSTO ATIVIDADES COMERCIAIS

Atendimento presencial entre 06h e 24h

ATIVIDADES RELIGIOSAS

Atividades presenciais individuais e coletivas

SERVIÇOS

RESTAURANTES E SIMILARES

Consumo local entre 6h e 24h

SALÃO DE BELEZA E BARBEARIA

Atendimento presencial entre 6h e 24h

ATIVIDADES CULTURAIS

Atendimento presencial entre 6h e 24h

ACADEMIAS DE ESPORTE

Atendimento presencial entre 6h e 24h

SHOPPINGS, COMÉRCIO E RESTAURANTES ACES- SO ATÉ ÀS 23h. E ENCERRAMENTO DAS ATIVIDA- DES ÀS 24h

ATÉ 80% DA CAPACIDADE DE OCUPAÇÃO DO ES- TABELECIMENTO

OU ESPAÇO DE ACESSO AO PÚBLICO RIGOROSA OBSERVÂNCIA DOS PROTOCOLOS SA- NITÁRIOS DE BIOSSEGURANÇA

Licitações e Contratos

Contratos

EXTRATOS DE CONTRATOS

Contr. 040/2021

Contratada: HOUSE CRIATIVA COMUNICAÇÃO
LTDA.

CNPJ: 08.889.690/0001-93

Validade: 180 dias

Obj.: Contratação dos serviços de publicidade
específica para orientação e divulgação sobre a vacinação
contra a COVID-19.

Mod.: Dispensa de licitação nos termos da Lei Federal
nº 14.124/2021

Valor: R\$ 99.963,00

Data: 30/07/2021

Dispensas

DISPENSA DE LICITAÇÃO

Justificativa nº 145/2021 - RATIFICO o processo de
dispensa de licitação e AUTORIZO contratação dos
serviços de publicidade específica para orientação e
divulgação sobre a vacinação contra a COVID-19, junto
à empresa "House Criativa Comunicação Ltda.", inscrita
no C.N.P.J. sob o nº 08.889.690.0001-93, pelo valor
global de R\$ 99.963,00 (noventa e nove mil e novecentos
e sessenta e três reais), nos termos da Lei Federal nº
14.124/21 e suas alterações – Data: 30/07/2021 – João
Carlos dos Santos – Prefeito Municipal.



PREFEITURA MUNICIPAL DE GARÇA

Estado de São Paulo

TERMO DE CIÊNCIA E DE NOTIFICAÇÃO

CONTRATANTE: PREFEITURA MUNICIPAL DE GARÇA

CONTRATADA: HOUSE CRIATIVA COMUNICAÇÃO LTDA.

CONTRATO Nº: 040/2021

OBJETO: CONTRATAÇÃO EXCEPCIONAL, COM DISPENSA DE LICITAÇÃO, DOS SERVIÇOS DE PUBLICIDADE ESPECÍFICA PARA ORIENTAÇÃO SOBRE VACINAÇÃO CONTRA COVID-19.

Pelo presente TERMO, nós, abaixo identificados:

1. Estamos CIENTES de que:

- a) o ajuste acima referido estará sujeito a análise e julgamento pelo Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, cujo trâmite processual ocorrerá pelo sistema eletrônico;
- b) poderemos ter acesso ao processo, tendo vista e extraído cópias das manifestações de interesse, Despachos e Decisões, mediante regular cadastramento no Sistema de Processo Eletrônico, conforme dados abaixo indicados, em consonância com o estabelecido na Resolução nº 01/2011 do TCESP;
- c) além de disponíveis no processo eletrônico, todos os Despachos e Decisões que vierem a ser tomados, relativamente ao aludido processo, serão publicados no Diário Oficial do Estado, Caderno do Poder Legislativo, parte do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, em conformidade com o artigo 90 da Lei Complementar nº 709, de 14 de janeiro de 1993, iniciando-se, a partir de então, a contagem dos prazos processuais, conforme regras do Código de Processo Civil;
- d) Qualquer alteração de endereço – residencial ou eletrônico – ou telefones de contato deverá ser comunicada pelo interessado, peticionando no processo.

2. Damos-nos por NOTIFICADOS para:

- a) O acompanhamento dos atos do processo até seu julgamento final e consequente publicação;
- b) Se for o caso e de nosso interesse, nos prazos e nas formas legais e regimentais, exercer o direito de defesa, interpor recursos e o que mais couber.

Garça, 30 de julho de 2021.

GESTOR DO ÓRGÃO/ENTIDADE:

Nome: Fábio Bonassa

Cargo: Secretário de Informação e Comunicação

CPF: 120.910.488-10 RG: 22.766.344-5

Data de Nascimento: 18/12/1970

Endereço residencial completo: Rua Júlio Prestes, nº 990, Bairro Willians - Garça/SP.

E-mail institucional: bonassa@garca.sp.gov.br

E-mail pessoal: fabiobonassa1812@gmail.com

Telefone institucional: (14) 99787-3547

Telefone pessoal: (14) 99787-3547

Responsáveis que assinaram o ajuste:

Pelo CONTRATANTE:

Nome: João Carlos dos Santos

Cargo: Prefeito Municipal

CPF: 061.759.778-23 RG: 11.262.977-5

Data de Nascimento: 28/04/1966

Endereço residencial completo: Rua Fausto Floriano de Toledo nº 774, B. Willians, Garça/SP

E-mail institucional: gabinete@garca.sp.gov.br

E-mail pessoal: joao@refrisaojose.com.br

Telefone(s): (14) 99741-0768

Assinatura: 

Pela CONTRATADA:

Nome: Elisângela Pereira de Miranda Barduzzi

Cargo: Sócia

CPF: 304.582.068-90 RG: 32.886.201-0

Data de Nascimento: 22/12/1978

Endereço residencial completo: Rua Machado de Assis, nº 14-14, Apto. 401 - Vila Altinópolis - Bauria/SP

E-mail institucional: contato@housecriativa.com.br

E-mail pessoal: elisangela@housecriativa.com.br

Telefones: (14) 3232-1827

Assinatura: 



PREFEITURA MUNICIPAL DE GARÇA

Estado de São Paulo

Contrato 040/2021

Justificativa nº 145/2021

TERMO DE CONTRATO ADMINISTRATIVO QUE CELEBRAM ENTRE SI O MUNICÍPIO DE GARÇA E A EMPRESA "HOUSE CRIATIVA COMUNICAÇÃO LTDA", OBJETIVANDO CONTRATAÇÃO DOS SERVIÇOS DE PUBLICIDADE ESPECÍFICA PARA ORIENTAÇÃO E DIVULGAÇÃO SOBRE A VACINAÇÃO CONTRA A COVID-19.

Aos 30 (trinta) dias do mês de julho de 2021 (dois mil e vinte e um), nas dependências da Prefeitura Municipal de Garça, à Praça Hilmar Machado de Oliveira nº 102, nesta cidade de Garça, Estado de São Paulo, as partes: de um lado o **MUNICÍPIO DE GARÇA**, pessoa jurídica de direito público interno, representado pelo Prefeito Municipal, Sr. **JOÃO CARLOS DOS SANTOS**, brasileiro, casado, portador do R.G. nº 11.262.977-5 e C.P.F. nº 061.759.778-23, residente e domiciliado nesta cidade de Garça-SP, adiante designado **CONTRATANTE**, e de outro lado a empresa **"HOUSE CRIATIVA COMUNICAÇÃO LTDA"**, inscrita no C.N.P.J. sob o nº 08.889.690.0001-93, com sede na cidade de Bauru, Estado de São Paulo, à Rua Benjamin Constant, nº 7-86 – Vila Silva Pinto, aqui representada por sua Representante Legal, Sra. **ELISANGELA PEREIRA DE MIRANDA BARDUZZI**, portadora do R.G. nº 27.804.076-7 e do C.P.F. nº 218.628.758-71, residente e domiciliada na cidade de Bauru/SP, a seguir denominada **CONTRATADA**, tem entre si justo e acertado o estabelecido nas cláusulas abaixo, que mutuamente aceitam e outorgam, a saber:

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO E REGIME DE EXECUÇÃO

O contrato é celebrado com dispensa de licitação nos termos do Memorando Eletrônico nº 13.389/2021 – 1.doc, da Justificativa nº 145/2021 e do artigo 2º, inciso II, § 1º da Lei Federal nº 14.124/2021 para contratação dos serviços de publicidade específica para orientação e divulgação sobre a vacinação contra a Covid-19, que tem por objeto 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 objetivo específico de educar, informar, e de orientar quanto à necessidade dos munícipes serem vacinados contra a Covid-19 e na tomada de ações e de enfrentamento ao coronavírus, nos termos do Termo de Referência elaborado pela Secretaria de Informação e Comunicação do município, bem como da proposta apresentada, que ficam fazendo parte integrante deste instrumento contratual.

Parágrafo único - A **CONTRATADA** se compromete a executar os serviços de acordo com as especificações constantes no Termo de Referência, que passam a fazer parte integrante deste instrumento de contrato e de acordo com as normas técnicas em vigor.

CLÁUSULA SEGUNDA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

São obrigações da **CONTRATADA**, além daquelas descritas no Termo de Referência:

- a) Executar os serviços dentro dos padrões de qualidade exigidos;
- b) Obedecer aos prazos estipulados neste instrumento contratual;
- c) Conduzir os trabalhos ora contratados de acordo com as Normas e em estrita observância da Legislação em vigor;
- d) Empregar, na execução dos serviços contratados, apenas profissionais especializados e habilitados, com requisitos indispensáveis para o exercício das atribuições relacionadas com o objeto desta avença;
- e) Se responsabilizar por todos os danos a que der causa ao **CONTRATANTE** ou a terceiros, por ato próprio, de empregado ou preposto, durante a prestação do serviço;
- f) Conduzir suas atividades com zelo, diligência e eficiência, em rigorosa observância às cláusulas e condições estabelecidas no presente instrumento;
- g) Responder pelo integral cumprimento das normas e regulamentos vigentes no País, em especial quanto às obrigações sociais, trabalhistas, previdenciárias, tributárias, securitárias, fiscais, comerciais, civis e criminais, relacionadas, direta ou indiretamente, aos serviços objeto do presente Contrato;
- h) Fornecer ao **CONTRATANTE** todas as informações que forem necessárias ao acompanhamento e à fiscalização dos serviços contratados, bem como, atender com a urgência possível, suas solicitações.

1



PREFEITURA MUNICIPAL DE GARÇA

Estado de São Paulo

- i) Manter, durante o prazo de vigência do contrato, todas as condições exigidas no Termo de Referência, sob pena de incorrer nas penalidades previstas na Lei Federal nº 8.666/93 e suas alterações e neste instrumento.
- j) Manter o **CONTRATANTE** incólume de todo processo e/ou ação judicial ou administrativa, reivindicações de seus empregados, reclamações trabalhistas em geral e demandas de terceiros (inclusive e especialmente relativas a lesões pessoais, morte, perda patrimonial, perdas e danos em geral, multas, honorários advocatícios e custas processuais) decorrentes, direta ou indiretamente, da relação de emprego por ela mantida, sendo neste particular, em quaisquer circunstâncias, considerada como única e exclusiva empregadora, ou de ação, omissão, culpa ou dolo da **CONTRATADA**, de seus empregados, prepostos e de suas subcontratadas, responsabilizando-se, em ambos os casos, pelo ressarcimento, devidamente atualizado, de eventuais condenações e quaisquer despesas que vierem a ser imputadas ao **CONTRATANTE**, administrativa ou judicialmente, a que título for, decorrentes do Contrato.

CLÁUSULA TERCEIRA – DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

São obrigações do **CONTRATANTE**, além daquelas descritas no Termo de Referência:

- a) Fornecer todos os dados e especificações necessárias a completa e correta execução dos serviços;
- c) Fiscalizar a execução dos serviços, zelando pela boa qualidade dos mesmos;
- d) Receber mensalmente os serviços executados, conferir e efetuar os pagamentos na forma e prazo previstos no contrato.

CLÁUSULA QUARTA - DO VALOR E DO PAGAMENTO

O **CONTRATANTE** pagará à **CONTRATADA** pela execução dos serviços ora contratados a importância global de **R\$ 99.963,00** (noventa e nove mil e novecentos e sessenta e três reais).

§ 1º - A Secretaria de Informação e Comunicação, incumbida de fiscalizar a execução do contrato, efetuará medições, sendo a primeira 30 (trinta) dias após a assinatura do contrato e as demais com intervalo de 30 (trinta) dias entre uma e outra, levando-se em conta o avanço dos serviços, de acordo com o cronograma apresentado pela **CONTRATADA** em sua proposta.

§ 2º - As faturas serão registradas pelo Departamento de Controle da Prefeitura Municipal.

§ 3º - A Contratada somente poderá emitir as Notas Fiscais mediante a emissão de cada atestado de execução.

§ 4º - A fatura que for apresentada com erro ou incorreção será devolvida à contratada para retificação e reapresentação.

§ 5º - O valor contratado permanecerá irrevogável durante a vigência inicial do contrato, podendo ser reajustado nos termos previsto no Parágrafo Único da Cláusula Oitava do presente Contrato.

§ 6º - O pagamento somente será efetuado mediante crédito na conta bancária em nome e CNPJ/C.P.F. da **CONTRATADA**, nos termos do Decreto Municipal nº 8.383/2016.

CLÁUSULA QUINTA – DAS PENALIDADES E RESCISÃO

Fica fixada multa contratual correspondente a 20% (vinte por cento) sobre o valor global do contrato, à parte que inadimplir qualquer de suas cláusulas, além das demais penalidades previstas no Decreto Municipal nº 6.834/2008, podendo ainda o mesmo ser rescindido nos casos previstos nos artigos 77, 78 e 79 da Lei nº 8.666/93 e suas alterações.

§ 1º - Em ocorrendo a hipótese de rescisão a parte que a ela tiver dado causa indenizará a outra por eventuais prejuízos.

§ 2º - Nos termos do artigo 87 da Lei nº 8.666/93, pela inexecução total ou parcial deste contrato, o **CONTRATANTE** poderá aplicar à **CONTRATADA**, as seguintes penalidades:



PREFEITURA MUNICIPAL DE GARÇA

Estado de São Paulo

I - Advertência;

II - Multa;

III - Suspensão temporária de participação em licitação e de Contratar com a Administração Pública pelo período de 02 anos;

IV - Declaração de inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública.

§ 3º - A aplicação da multa prevista neste Contrato não exclui a possibilidade de aplicação das demais penalidades previstas em lei, sem prejuízo da responsabilidade civil e criminal que couber.

CLÁUSULA SEXTA - DO REGIME JURÍDICO

Ficam conferidas ao CONTRATANTE as prerrogativas do artigo 58 da Lei 8.666/93 e suas alterações, sendo que os casos omissos ficarão sujeitos às normas do Código Civil, pertinentes aos contratos.

CLÁUSULA SÉTIMA - DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

As despesas aqui referidas serão custeadas pelas dotações próprias do orçamento vigente no exercício de 2021 - dotação: 782 - 24.131.0002.2097.0000.01.3.3.90.39.00 - Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica / Secretaria de Informação e Comunicação e pela dotação própria do orçamento seguinte, se necessário.

CLÁUSULA OITAVA - DA VIGÊNCIA

O presente contrato terá vigência de 180 (cento e oitenta) dias, contados da data da assinatura deste instrumento.

Parágrafo Único - O prazo de vigência previsto nesta Cláusula poderá ser prorrogado, a critério do CONTRATANTE, nos termos do inciso II do artigo 57, da Lei Federal nº 8.666/93 e suas alterações.

CLÁUSULA NONA - DO FORO

Será competente para dirimir dúvidas ou litígios resultantes deste contrato o foro da Comarca de Garça, renunciando as partes a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E, por estarem acordes com o acima estipulado, as partes firmam o presente instrumento, lavrado no livro próprio, extraindo-se cópias para execução.

JOÃO CARLOS DOS SANTOS
PREFEITO MUNICIPAL

HOUSE CRIATIVA COMUNICAÇÃO LTDA
CONTRATADA

Testemunhas:

Franciele A. Soares
Franciele de Araújo Soares

Amanda Quinalha Diniz
Amanda Quinalha Diniz