

RETIFICAÇÃO
EDITAL DE LICITAÇÃO PÚBLICA
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 1/2022
“TÉCNICA E PREÇO”

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 31/2022.

CONCORRÊNCIA Nº 1/2022.

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE.

INTERESSADA: SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO.

1 – PREÂMBULO

1.1. **O MUNICÍPIO DE OURINHOS**, Estado de São Paulo, com sede administrativa na Travessa Vereador Abrahão Abujamra, nº 62, Centro, representado pelo Exmo. Sr. Prefeito Municipal, **LUCAS POÇAY ALVES DA SILVA**, faz saber aos interessados que se encontra aberta nesta Prefeitura a Licitação Pública pela modalidade de **CONCORRÊNCIA sob o nº 1/2022**, objeto do **Processo Licitatório nº 31/2022**, pelo tipo “técnica e preço”, pelo regime de execução indireta, sob a égide da Lei nº 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nºs 4.680/1965 e 8.666/1993 e Lei complementar nº 123/2006 e Decreto Federal nº 8.538/15, bem como demais normas regulamentares aplicáveis à espécie.

1.2. Os invólucros com as Propostas Técnica e de Preços serão recebidos até às **09 horas do dia 19 de agosto de 2022, na Gerência de Licitação e Compras da Prefeitura Municipal de Ourinhos, sito à rua Euclides da Cunha, nº 522, Centro, sendo abertos em sessão pública a ser realizada, no dia 19 de agosto de 2022, às 09h30 horas**, na sala de licitações da Comissão Permanente de Licitações, localizada na Travessa Vereador Abrahão Abujamra, 70, fundos, Centro;

1.2.1. A abertura dos invólucros e demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente no item 16, e na legislação que rege a matéria.

1.2.2. Os invólucros com os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Comissão Permanente de Licitação.

1.2.3. Os horários mencionados neste Edital referem-se ao horário de Brasília.

1.2.4. Após a entrega dos envelopes pelas licitantes, não serão aceitos quaisquer adendos, documentos, acréscimos, supressões ou esclarecimentos sobre o conteúdo destes. Os esclarecimentos, quando se fizerem necessários, e desde que solicitados pela Comissão Permanente de Licitações, constarão obrigatoriamente de Ata respectiva.

1.3. O Edital completo poderá ser retirado gratuitamente na Gerência de Licitação e Compras no horário comercial e disponível no endereço eletrônico www.ourinhos.sp.gov.br no link licitações, sendo que quaisquer esclarecimentos a respeito da presente licitação poderão ser obtidos na mencionada Gerência ou através do telefone (14) 3302-6000 – ramais 6032 e 6123.

1.4. Integram o presente Edital os Anexos I ao XI.

2 – OBJETO

2.1. O objeto da presente licitação é a contratação de uma (01) agência de propaganda para a prestação de serviços de publicidade a serem realizados na forma de execução indireta, compreendendo:

- a) estudo, planejamento, criação, produção, distribuição, veiculação e controle de resultados de campanhas e peças publicitárias e de divulgação;
- b) elaboração e registro de marcas, expressões de propaganda, logotipos e outros elementos de identificação e fixação de programação visual;
- c) prestação de serviços relacionados seja diretamente ou por terceiros, tais como: produção de fotolitos e arquivos digitais, impressão, produção de fotos e filmes, documentação em vídeo ou fotos das atividades referentes ao Município de Ourinhos, distribuição de material e aferição de conteúdos das matérias veiculadas nos meios de comunicação (rádio e TV, agências de notícias e *clipping* de jornais e revistas).

2.1.1. Integram também o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados que digam respeito:

- 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, observado o disposto no artigo 3º da Lei federal nº 12.232, de 29.04.2010;
- 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, com exclusão dos serviços de comunicação digital.

2.2. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 2.1.1 terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato, vedado o tratamento de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com o objeto do contrato.

2.3. Os serviços objeto da presente concorrência não compreenderão ações estranhas ao conceito de publicidade contido no artigo 2º da Lei federal nº 12.232, de 29.04.2010, ficando vedada a inclusão de atividades de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.4. A agência atuará por ordem da Prefeitura Municipal de Ourinhos, em conformidade com o art. 3º da Lei federal nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.5. A agência não poderá subcontratar outras agências para a execução de serviços previstos no item 2.

2.6. As atividades e ações decorrentes da execução do contrato obedecerão ao disposto no § 1º do artigo 37 da Constituição Federal, segundo o qual a publicidade dos atos oficiais, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverão ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizam promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

2.7. Os serviços serão prestados de acordo com as condições estabelecidas neste edital, no contrato, cuja minuta constitui o anexo V, e em conformidade com os pedidos, orientações e controle da Prefeitura Municipal de Ourinhos, sob a coordenação, supervisão e controle da Secretaria Municipal de Comunicação.

2.8. O produto final decorrente da execução do objeto desta licitação será propriedade da Prefeitura Municipal de Ourinhos (PMO), sendo, portanto, proibida a sua divulgação por qualquer meio ou sua reprodução total ou parcial sem expressa autorização, ficando o contratado sujeito às penalidades

aplicáveis.

3 – PRAZO DE VIGENCIA, DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA, DO VALOR DA CONTRATAÇÃO E DA REMUNERAÇÃO.

3.1. O contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura.

3.1.1. A **CONTRATANTE** poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, por iguais e sucessivos períodos até o prazo máximo de 60 (sessenta) meses permitido pela Lei nº 8.666/93.

3.1.2. No caso de eventual prorrogação, a **CONTRATANTE** renegociará, se necessário, os percentuais de remuneração praticados com a contratada, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter vantagem para a administração pública municipal e/ou garantir o equilíbrio econômico-financeiro do contrato.

3.2. Os recursos financeiros para a realização, objeto desta licitação, correrão por conta da dotação, consignada no orçamento do exercício de 2022 sob o título:

Secretaria Municipal de Comunicação – 01.04.00
Administração da SM de Comunicação – 01.04.01
Outros Serv Terceiros – Pes Jurídica – 3.3.90.39.00 (Natureza da Despesa)
Manutenção da SM Comunicação – 04.122.0040.2.040 (Classificação Funcional)
Fonte de Recurso (vínculo) – 01.110.00 – Geral
Ficha Orçamentária - 95

3.3. O valor estimado para a contratação é de R\$ 1.400.000,00 (um milhão e quatrocentos mil reais), sendo que tal estimativa constitui-se em mera previsão dimensionada, não estando a **CONTRATANTE** obrigada a realizá-la em sua totalidade, e não cabendo à Licitante vencedora o direito de pleitear qualquer tipo de reparação ou compensação pelo não uso do total da verba.

3.4. O suporte financeiro da Prefeitura Municipal de Ourinhos para a contratação da presente licitação é oriundo de recurso Municipal.

3.5. No caso de prorrogação, as despesas correspondentes correrão à conta de dotações próprias dos respectivos exercícios.

4 – DA PARTICIPAÇÃO

4.1. Poderão participar desta licitação somente as pessoas jurídicas que satisfaçam as condições estabelecidas neste edital e a definição de “agência de propaganda”, constante do artigo 3º da Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, constituída ou em regular funcionamento no Brasil.

4.2. Não poderão participar desta licitação:

- a) sociedade estrangeira não autorizada a funcionar no País;
- b) consórcio de empresas, qualquer que seja sua forma de constituição;
- c) empresário impedido e suspenso de licitar e/ou contratar nos termos do inciso III do artigo 87 da Lei 8.666/93 e suas alterações, do artigo 7º da Lei Federal nº 10.520/02 e da Súmula nº 51 do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo;
- d) empresário impedido de licitar e contratar nos termos do artigo 10º da Lei Federal nº 9.605/98;
- e) empresário proibido de contratar com o Poder Público, nos termos do artigo 12 da Lei nº 8.429/92;
- f) empresário declarado inidôneo pelo Poder Público e não reabilitado;
- g) sociedades integrantes de um mesmo grupo econômico, assim entendidas aquelas que tenham diretores, sócios ou representantes legais comuns, ou que utilizem recursos materiais, tecnológicos ou humanos em comum, exceto se demonstrado que não agem representando interesse econômico em comum;
- h) quaisquer interessados enquadrados nas vedações previstas no artigo 9º da Lei nº 8.666/93;

h.1) entende-se por “participação indireta” a que alude o artigo 9º da Lei nº 8.666/93 a participação no certame de empresa em que uma das pessoas listadas no mencionado dispositivo legal figure como sócia, pouco importando o seu conhecimento técnico acerca do objeto da licitação ou mesmo a atuação no processo licitatório.

4.3. Não será permitida a subcontratação do objeto desta Licitação, bem como dar em garantia ou vincular, de qualquer forma, total ou parcialmente, o objeto contratado a qualquer pessoa física ou jurídica sem a prévia e expressa autorização Prefeitura Municipal de Ourinhos.

4.4. Não serão aceitos pela Comissão quaisquer substituições aos documentos exigidos sob o título de “protocolo”.

4.5. Todos os documentos serão grafados em língua portuguesa. No caso de origem estrangeira deverão vir acompanhados de tradução juramentada.

4.6. Não serão considerados quaisquer documentos e propostas entregues em local, horário e forma diferentes, bem como encaminhados por Fac-Símile ou Internet.

4.7. A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Prefeitura Municipal de Ourinhos o invólucro padronizado previsto no subitem 6.1.1.1 deste Edital e as informações necessárias relativas a esta licitação; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

4.8. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas e Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, ficando esta Prefeitura isenta de qualquer responsabilidade por tais custos, independentemente da condução ou do resultado do procedimento licitatório.

5 – DO CREDENCIAMENTO

5.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão Permanente de Licitações o documento que o credencia, juntamente com algum documento de identidade com foto, no ato programado para a entrega dos invólucros.

5.2. Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente ou documento equivalente, em todos os casos autenticado em cartório ou apresentado junto com o documento original, para que a Comissão Permanente de Licitações ateste sua autenticidade.

5.3. Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, outorgando, no mínimo, os poderes constantes do modelo que constitui o Anexo III, hipótese em que o preposto entregará também à Comissão Especial de Licitação cópia autenticada em cartório do ato de constituição da Agência, a fim de demonstrar que os outorgantes possuem poderes para constituir mandatários.

5.4. Os documentos deverão estar acompanhados de todas as alterações ou de documento consolidado.

5.5. As microempresas e empresas de pequeno porte, visando ao exercício de preferência prevista na Lei Complementar nº 123/06, alterada pela Lei Complementar nº 147/14, deverão apresentar juntamente com a documentação constante do Envelope nº 1 – Habilitação:

a) Declaração de acordo com o modelo estabelecido no Anexo VIII.

5.6. Os documentos mencionados neste item 5 devem ser apresentados fora dos invólucros que contêm as Propostas e passarão a integrar os autos do processo licitatório.

5.7. A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das Propostas Técnica e de Preços credencia o representante a participar das demais sessões.

5.8. Na hipótese de substituição do representante no decorrer do procedimento licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

5.9. Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Permanente de Licitações, na data, hora e local indicados no subitem 1.2 deste Edital.

6 DA ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

6.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

INVÓLUCRO Nº 1

6.1.1. No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que tratam os subitens 8.2 e 8.3.

6.1.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela Gerência de Licitação e Compras.

6.1.1.1.1. O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada na Gerência de Licitação e Compras da Prefeitura Municipal de Ourinhos, sito à rua Euclides da Cunha, nº 522, Centro, em dias de expediente, no horário das 08h às 18h.

6.1.1.1.2. O invólucro padronizado será entregue à todos que o solicitem formalmente, por e-mail encaminhado ao endereço eletrônico licitacoes@ourinhos.sp.gov.br.

6.1.1.2. O Invólucro nº 1 deverá estar sem lacre e sem rubrica.

6.1.1.3. Para preservar, até a abertura do Invólucro nº 2, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o Invólucro nº 1 não poderá:

- a) ter nenhuma identificação;
- b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- c) estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

INVÓLUCRO Nº 2

6.1.2. No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 8.4.

6.1.2.1. O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 2.

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada.

Nome empresarial e CNPJ da licitante.

Concorrência nº 1/2022.

6.1.2.2. O Invólucro nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até a sua abertura.

INVÓLUCRO Nº 3

6.1.3. No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados: a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 8.5 a 8.10.

6.1.3.1. O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 3.

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

Nome empresarial e CNPJ da licitante.

Concorrência nº 1/2022.

6.1.3.2. O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

6.1.3.3. O Invólucro nº 3 e o seu conteúdo não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

7 – DA ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

7.1. A Proposta de Preços deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitações acondicionada no Invólucro nº 4.

INVÓLUCRO Nº 4

7.1.1. O Invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 4.

Proposta de Preços.

Nome empresarial e CNPJ da licitante.

Concorrência nº 1/2022.

7.1.2. O Invólucro nº 4 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

7.1.3. O Invólucro nº 4 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via não Identificada e que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

8. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA.

8.1. A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

a) Plano de Comunicação Publicitária, abrangendo os seguintes subquesitos: (i) raciocínio básico; (ii) estratégia de comunicação publicitária; (iii) ideia criativa; (iv) estratégia de mídia e não mídia;

b) Capacidade de Atendimento;

c) Repertório;

d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

8.1.1. A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

8.2. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma:

- em papel A4, branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, orientação retrato;
- com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- com textos justificados;
- com espaçamento 'simples' entre as linhas;
- com texto e numeração de páginas em fonte 'arial', estilo 'normal', cor 'automático', tamanho '12 pontos', observado o disposto nos subitens 8.2.1, 8.2.3 e 8.2.3.1;
- com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, ambas em branco;
- sem identificação da licitante.

8.2.1. Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão conter gráfico e ou tabela, observadas as seguintes regras:

- a) os gráficos ou tabelas poderão ser editados com a utilização de tons de cinza;
- b) os dados e informações dos quadros e ou tabelas devem ser editados na fonte 'arial', estilo 'normal', cor 'automático', tamanho '10 pontos';
- c) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e ou tabelas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 8.2.6., o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

8.2.2. As especificações do subitem 8.2 aplicam-se à indicação prevista no subitem 8.3.3.3.2.

8.2.3. As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e ser editados com a utilização de tons de cinza.

8.2.3.1. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado.

8.2.4. Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 8.2.

8.2.4.1. Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 6.1.1.3 e 16.2.1 e no subitem 16.2.1.1, todos deste Edital.

8.2.5. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro nº 2.

8.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 8.3.3 estão limitados, no conjunto, a 8 (oito) páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas apenas para separar os textos desses subquestos.

8.2.7. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto na alínea 'c' do subitem 6.1.1.3, no subitem 8.2.4.1, na alínea 'c' do subitem 16.2.1 e no subitem 16.2.1.1, todos deste Edital.

8.2.8. Para fins desta concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.

8.2.9. Deverão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquesitos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

8.2.9.1. Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 8.2, no que couber.

8.3. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, deverá ser elaborado com base no Briefing (Anexo I), observadas as seguintes disposições:

8.3.1. Raciocínio Básico: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária desta Subsecretaria, sua compreensão sobre o objeto da licitação e sobre os desafios de comunicação a serem enfrentados, abrangendo os objetivos, geral e específico, de comunicação expressos no Briefing;

8.3.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o desafio de comunicação a ser enfrentado e alcançar os objetivos, geral e específico, de comunicação expressos no Briefing, compreendendo:

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;

b) explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

8.3.3. Ideia Criativa: apresentação de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 8.3.2., com comentários sobre cada peça e ou material;

b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

8.3.3.1. Os comentários mencionados na alínea 'a' do subitem 8.3.3 estão circunscritos à especificação de cada peça e/ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material.

8.3.3.2. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado 'fisicamente', conforme estabelecido na alínea 'b' do subitem 8.3.3 e na alínea 'a' do subitem, a relação prevista na alínea 'a' do subitem 8.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

8.3.3.3. A relação prevista na alínea 'a' do subitem 8.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

8.3.3.4. Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea 'b' do subitem 8.3.3:

a) estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material;

b) podem ser apresentados sob a forma de:

b1) roteiro, leiaute e ou story-board impressos, para qualquer meio;

b2) protótipo ou 'monstro', para rádio;

b3) story-board animado ou animatic, para TV e cinema.

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

8.3.3.4.1. Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas 'fisicamente', até o limite de que trata a alínea 'a' do subitem 8.3.3.3, devem ser observadas as seguintes regras:

a) as reduções e variações de formato serão consideradas como peças;

b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;

c) anúncio composto de páginas sequenciais será considerado uma peça;

d) adesivagem de fingers e similares será considerada uma peça;

e) um banner e outra peça para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças.

8.3.3.4.2 Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista e outros veículos de divulgação) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 8.3.3.

8.3.3.4.3. Os story-boards animados ou animatics e os protótipos ou 'monstros' poderão ser apresentados em CD, CDRom, DVD-Rom, executáveis em computadores pessoais, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

8.3.3.4.4. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, com ou sem suporte e ou passe-partout, observado o disposto no subitem 8.2.4.1. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 podem ser dobradas.

8.3.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:

a) apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

b) simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material destinados a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

8.3.4.1. Todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 8.3.3 deverão constar dessa simulação.

8.3.4.2. Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

a) o período de distribuição das peças e ou material;

b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;

- e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e ou material de não mídia.

8.3.4.3. Nessa simulação:

- a) os preços das inserções em veículos de divulgação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei federal nº 4.680/1965;
- c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores;
- d) para veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços públicas, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação (tais como mídia programática, trading desks e redes sociais) a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia, assim como para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos, definindo em sua proposta quais métricas serão utilizadas para atingi-los (ex: cpm, true views, taxa de impressão, geração de leads, custo por alcance, cpc, cpe, custo por visualização de vídeo, custo por curtida, entre outros);
- e) Para fins desta licitação, a publicidade em plataformas digitais, a exemplo da programação de publicidade nas redes sociais Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e Youtube, está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

8.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da licitante, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

Capacidade de Atendimento

8.5. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que digam respeito à Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

8.5.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 8.5 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

8.5.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 8.5 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

8.5.3. Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento.

8.6. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará:

- a) relação nominal dos seus principais clientes, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;
- c) as instalações, a infra-estrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
- d) a sistemática de atendimento, discriminando os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Contratante, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

Repertório

8.7. A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

8.7.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 8.7 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

8.7.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

8.7.3. Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

8.8. O Repertório será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

8.8.1. A licitante deverá apresentar 10 (dez) peças ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

8.8.1.1. As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos, regularmente.

8.8.1.2. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD.

8.8.1.3. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 8.7, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

8.8.1.4. Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 8.8.1, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no critério 'c' do subquesto repertório no quesito 3 do item 9.2

8.8.2. Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

8.9. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas seqüencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

8.9.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 8.9 poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 8.10, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

8.9.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

8.10. A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

8.10.1. As propostas de que trata o subitem 8.10 devem ter sido implementadas a partir de 01 de janeiro de 2015.

8.10.2. Se a licitante apresentar apenas 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade de pontuação máxima prevista no critério 'd' do subquesito Relato de Solução de Problemas de Comunicação no quesito 3 do item 9.2.

8.10.3. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes.

8.10.3.1 A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. Todas as páginas do relato devem estar assinadas pelo autor do referendo.

8.10.4. É permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. As peças abaixo referidas, se incluídas, deverão observar o seguinte:

I - as eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD;

II - as gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 8.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

III - para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

9. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

9.1 A Subcomissão Técnica mencionada no item 15 deste Edital analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

9.2. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito, conforme tabela abaixo:

QUESITO 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA Máximo de 70 pontos

Subquestitos	Pontuação	Critérios
1 – Raciocínio Básico	Nota de 0 a 10, sendo: 0 – não atende 1 a 3 – atende pouco; 4 a 6 – atende medianamente; 7 a 8 – atende bem; 9 a 10 – atende com excelência.	a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; c) Clareza e objetividade
2 – Estratégia de Comunicação Publicitária	Nota de 0 a 20, sendo: 0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende relativamente bem; 14 a 17 – atende bem; 18 a 20 - atende com excelência.	a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I; b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada; c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio; d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.
3 – Ideia Criativa	Nota de 0 a 25, sendo: 0 – não atende; 1 a 6 – atende muito pouco; 7 a 10 – atende pouco; 11 a 14 – atende medianamente; 15 a 18 – atende relativamente bem; 19 a 21 – atende bem; 22 a 25 – atende com excelência.	a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo; c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente; d) pertinência entre as atividades da Prefeitura Municipal de Ourinhos e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico; e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material; f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas.
4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia	Nota de 0 a 15, sendo: 0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende bem; 14 a 15 - atende com excelência.	a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico; b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e

		eficiente; c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.
--	--	--

QUESITO 2 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO Máximo de 15 pontos		
Subquestos	Pontuação	Critérios
1 – Principais Clientes	Nota de 0 a 2, sendo: 0 – não atende; 1 – atende; 2- atende com excelência.	a) Porte, tradição e conceito dos clientes atuais da licitante; b) Conceito dos produtos e ou serviços dos clientes atuais da licitante no mercado ou relevância da atuação desses na sociedade.
2 – Qualificação técnica da equipe de profissionais.	Nota de 0 a 5 pontos	Cálculo aritmético com base nas regras dos itens 9.2.1 a 9.2.3
3 – Estrutura Física – instalações, infraestrutura e recursos materiais	Nota de 0 a 2, sendo: 0 – não atende; 1 – atende; 2- atende com excelência.	Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato.
4 – Sistemática do relacionamento entre a Prefeitura Municipal de Ourinhos e a CONTRATADA	Nota de 0 a 3, sendo: 0 – não atende; 1 a 2 – atende; 3- atende com excelência.	Adequação da sistemática/operacionalidade proposta pela licitante, em sua solução (viabilidade de implementação, efetividade dos meios e processos e demais formas que comprovem a capacidade de atendimento da empresa).
5 – Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência, auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas	Nota de 0 a 3, sendo: 0 – não atende; 1 a 2 – atende; 3- atende com excelência.	a) Utilidade, atualidade, presteza e eficácia das ferramentas utilizadas para prestação dos serviços; b) Efetividade e relevância na demonstração da capacidade da agência de favorecer o cliente com tais ferramentas.

QUESITO 3 – EXPERIÊNCIA DA EMPRESA Máximo de 15 pontos		
Subquestos	Pontuação	Critérios
1 – Repertório	Nota de 0 a 5, sendo: 0 – não atende 1 a 2 – atende pouco; 3 – 4 - atende; 5 – atende com excelência.	a) Consistência das relações de causa e efeito entre o desafio ou problema a ser resolvido e a solução proposta; b) Evidência de planejamento da

		solução, bem como qualidade na execução das soluções; c) Relevância dos resultados obtidos, com criatividade e clareza.
2 - Relato de Solução de Problemas de Comunicação	Nota de 0 a 10, sendo: 0 – não atende; 1 a 3 – atende pouco; 4 a 6 – atende medianamente; 7 a 8 – atende bem; 9 a 10 – atende com excelência.	a) Capacidade de síntese; b) Clareza e objetividade; c) Concatenação lógica entre desafio e solução criativa; d) Eficácia de soluções e resultados apontados.

9.2.1. A qualificação técnica da equipe de profissionais da licitante (exigida no quesito 2 supra) será avaliada com base na formação acadêmica e experiência desses profissionais na área de comunicação, sendo que a comprovação deverá ser feita pela licitante, por meio do curriculum vitae resumido de cada profissional, devidamente acompanhado dos documentos comprobatórios das qualificações (formação acadêmica e experiência profissional) neles consignadas, por meio de certificados, declarações de tomadores de serviço, carteira de trabalho, contratos de prestação de serviço ou qualquer outro documento hábil, os quais devem ser apresentados no original ou por meio de cópia autenticada.

9.2.2. A qualificação técnica da equipe de profissionais da licitante (exigida no quesito 2 supra) será avaliada e receberá pontos de, no máximo, 5 (cinco), segundo a tabela abaixo:

Formação acadêmica	Sem formação na área	Superior incompleto	Superior completo	Pós-graduação
Pontos	0	1	2	3
Experiência profissional de	- 4 anos	4 a 8 anos	+8 a 12 anos	+ 12 anos
Pontos	0	1	2	3

9.2.3. O valor final de pontos obtidos será dividido pelo número total de profissionais apresentados. Fica estabelecido que a licitante que obtiver a maior soma de pontos, receberá pontuação máxima atribuída ao subquesto 2 do Quesito 2 (5 pontos). As demais licitantes receberão neste subquesto pontuação proporcional à máxima.

9.3. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica.

9.3.1. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesto sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesto, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

9.3.2. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesto, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesto reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

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

9.3.4. Será considerada melhor classificada, na fase de julgamento das Propostas Técnicas, a licitante que obtiver a maior pontuação, observado o disposto no item 9.4.

9.4. Será desclassificada a Proposta que:

a) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos.

9.5. Em caso de empate, serão consideradas como mais bem classificadas as licitantes que tiverem obtido as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 8.3.1.; 8.3.2.; 8.3.3.; e 8.3.4.

9.6. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão ou em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitações.

10. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE POLÍTICA DE PREÇOS

10.1. A Proposta de Política de Preços da licitante deverá ser apresentada:

a) em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente e redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, sem emendas ou rasuras;

b) datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

c) elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços que constitui o Anexo IV.

10.2. O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de, no mínimo, 90 (noventa) dias corridos, contados a partir da data prevista para abertura dos envelopes documentação.

11. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

11.1. A Proposta de Preço deverá ser elaborada conforme modelo constante do Anexo IV, informando o percentual de honorários incidentes sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes:

a) à produção e à execução técnica de peça e ou material;

b) o 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 ou a serem realizadas;

c) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias

d) à intermediação na contratação de mídia digital, no caso em que os veículos não remunerem a agência pelo desconto de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei 4.680/65 e

e) o desconto a ser concedido nos custos internos, calculados sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, observando-se ainda que se destina a atender o disposto no parágrafo 3º do art. 44 e inciso II do art. 48 da Lei 8.666/93, evitando-se a inexecução do contrato administrativo que vier a ser firmado:

I - Não será aceito percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) sobre serviços externos de produção; sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento; sobre formas inovadoras de comunicação publicitária e remuneração superior a 20% (vinte por cento) sobre o valor da mídia digital adquirida com a intermediação da agência, nos casos em que os veículos não remunerem a agência pelo Desconto Padrão de Agência.

II – Não será aceito desconto inferior a 30% (trinta por cento) sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo;

III - Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será validado o percentual por extenso;

IV - O percentual de honorários, assim como de desconto proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto;

V - O percentual de honorários e os custos internos propostos deverão contemplar todos os custos e despesas, diretos e indiretos, necessários à plena execução dos serviços objeto desta licitação, tais como despesas com pessoal, administração e encargos (obrigações sociais, impostos, taxas, etc);

11.2. A Proposta de Preço deverá ser datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.

11.3. Serão analisadas apenas as Propostas de Preço das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas.

11.4. A classificação das Propostas de Preço observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, sendo considerada como a de menor preço aquela que receber maior pontuação, referente ao percentual de honorários mencionados no subitem 11.1 e pelo desconto concedido sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo.

11.5. O prazo de validade da Proposta de Preço deverá ser de, no mínimo, 90 (noventa) dias corridos, contados a partir da data prevista para abertura dos envelopes documentação.

11.6. A Classificação se dará da seguinte forma:

a) percentual de honorários sobre produção e execução técnica externa, com a intermediação e supervisão da agência, de peças ou material:

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
20	Até 10%
18	11%
15	12%
12	13%
10	14%
05	15%

b) percentual de honorários sobre o planejamento e a 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 ou a serem realizadas, com a intermediação e supervisões da agência.

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
20	Até 10%
18	11%
15	12%
12	13%
10	14%
05	15%

c) percentual de honorários sobre a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitárias destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, com a intermediação e supervisão da agência.

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
20	Até 10%
18	11%
15	12%
12	13%
10	14%
05	15%

d) percentual de remuneração sobre a contratação de mídia digital com a intermediação da agência, quando o veículo não remunere a agência pelo desconto de agência.

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
20	Até 15%
18	16%
15	17%
12	18%
10	19%
05	20%

e) desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, fixados nos limites estabelecidos nos quesitos 11.1.

PONTOS	DESCONTO SOBRE A TABELA DE CUSTO INTERNOS
20	De 60% ou acima de 60%
15	De 50% a 59%
12	De 40% a 49%
10	De 30% a 39%

11.7. Serão consideradas as melhores propostas de preço aquelas que atingirem as maiores pontuações através da fórmula abaixo:

NFPP= Nota final da Proposta de Preço

D1 – Pontuação aplicada ao percentual sobre honorários de produção externa.

D2 – Pontuação aplicada ao percentual de honorários sobre pesquisa e outros instrumentos de avaliação.

D3 – Pontuação aplicada ao percentual de honorários sobre formas inovadoras de comunicação.

D4 – Pontuação aplicada ao percentual de remuneração da agência sobre o valor da mídia digital intermediada pela agência, que não enseje o pagamento do desconto de agência pelos veículos de divulgação.

D5 – Pontuação aplicada ao Desconto sobre a Tabela de Custo Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo.

$$NFPC = D1 + D2 + D3 + D4 + D5$$

11.8. Do Julgamento Final das Propostas.

11.8.1. A Pontuação Final será obtida através da fórmula abaixo:

$$PF = (NFPT \times 0,70) + (NFPP \times 0,30), \text{ onde:}$$

PF = Pontuação final

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica

NFPP = Pontuação relativa à proposta de preço

11.8.2. Havendo empate, o desempate se dará através da atribuição da maior nota aos quesitos da proposta técnica, na seguinte ordem:

- a) Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b) Ideia Criativa;
- c) Raciocínio Básico;
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia.

11.8.3. Após a utilização do critério de desempate, persistindo o empate, a decisão se fará através de sorteio que ocorrerá em sessão pública.

11.9. Será considerada vencedora, a Licitante mais bem classificada no julgamento final da média ponderada entre as Propostas Técnicas e de Preços.

11.10. Será assegurado, como critério de desempate, preferência de contratação para as empresas de pequeno porte, entendendo-se como empate aquelas situações em que o resultado final, constituído pela média ponderada das pontuações das Propostas Técnica e de Preço, alcançada pelas microempresas e empresas de pequeno porte, sejam iguais à média ponderada apresentada pela licitante mais bem classificada e desde que não seja esta uma microempresa ou empresa de pequeno porte.

11.10.1. Ocorrendo o empate entre microempresas e empresas de pequeno porte, será realizado sorteio entre elas.

11.10.2. A empresa de pequeno porte que usufruir dos benefícios de que trata a lei complementar n. 123/2006 deverá apresentar, na forma da lei, juntamente com os documentos de habilitação, a declaração de que não se encontra em nenhuma das situações do parágrafo 4º. do artigo 3º. do citado dispositivo.

12. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

12.1. Para a classificação final das propostas deverá ser observado os seguintes procedimentos:

12.1.1. A pontuação técnica será constituída pelo somatório das notas atribuídas a cada quesito técnico, conforme especificado no item 9 e a Nota de preços é o resultado do somatório das notas atribuídas a cada quesito, conforme especificado no item 11.

12.1.2. A Pontuação Técnica (PT) deverá ser multiplicada por 7 (sete) e acrescida à Nota de Preços (NP), que deverá ser multiplicada por 3 (três). O resultado desta equação será dividido por 10, conforme a seguinte fórmula: $NF = (PT \times 7) + (NP \times 3) / 10$, onde NF significa: Nota Final.

12.1.3. A proposta vencedora será a proposta da agência que obtiver a maior Nota Final.

12.1.4. Encerrada a classificação, caso a melhor oferta não tenha sido apresentada por microempresas, empresas de pequeno porte, será verificada a ocorrência de empate ficto, conforme previsto no § 1º do art. 44 da Lei Complementar nº 123/2006.

12.1.4.1. Entende-se por empate ficto aquelas situações em que a Nota Final (NF) de microempresas ou empresas de pequeno porte sejam iguais ou até 10% (dez por cento) inferiores à proposta mais bem classificada, nos termos do § 1º, do art. 44 da Lei Complementar nº 123/2006.

12.1.4.2. Em caso positivo, a microempresa ou empresa de pequeno porte melhor classificada poderá apresentar proposta de preço inferior a por ela apresentada, nos termos do §8º do art. 5º do Decreto Federal nº 8.538/15, na sessão prevista no item 16.4, sob pena de preclusão.

12.1.4.3. Caso a microempresa, empresa de pequeno porte melhor classificada não exerça o direito de preferência, ou não o faça no tempo apazado, serão convocadas as licitantes remanescentes que porventura se enquadrarem na mesma condição descrita no subitem 12.1.4 na ordem classificatória, para o exercício do mesmo direito.

12.1.5. A somatória das notas técnicas com a de preços ocorrer-se-á somente com relação às propostas técnicas classificadas.

12.1.6. Se houver empate que impossibilite a identificação automática da licitante mais bem-classificadas, após a soma das notas técnicas e de preços, com os seus devidos pesos, será assim considerada a que obtiver as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos correspondente aos itens 9.3.3 e 9.5.

12.1.7. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 16.4 ou em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitação.

13. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

13.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Permanente de Licitações pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

13.1.1. A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 14.1.1.

13.1.2. Os Documentos deverão estar acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 5

Documentos de Habilitação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 1/2022.

13.1.3. O Invólucro nº 5 será providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

13.1.4. Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno único, ter todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante e deverão ser apresentados, alternativamente: em original, em cópia autenticada por cartório competente, sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial ou em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão Permanente de Licitações, no ato da abertura dos Documentos de Habilitação. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Permanente de Licitações.

13.2.1. HABILITAÇÃO JURIDICA:

- a) No caso de empresário individual: inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial de respectiva sede;
- b) Em se tratando de microempreendedor individual – MEI: Certificado da Condição de Microempreendedor Individual – CCMEI, cuja aceitação ficará condicionada à verificação da autenticidade no sítio www.portaldoempreendedor.gov.br;
- c) No caso de sociedade empresária ou empresa individual de responsabilidade limitada - EIRELI: ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado na Junta Comercial da respectiva sede;
- d) No caso de sociedade simples: inscrição do ato constitutivo no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede, acompanhada de prova da indicação dos seus administradores;
- e) No caso de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País: decreto de autorização e, ato de registro ou autorização para funcionamento expedidos pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

13.2.2. REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda (CNPJ);
- b) Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Estadual e/ou Municipal, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
- c) Prova de regularidade para com a Fazenda Federal, mediante Certidão Negativa de Débitos 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 (inclusive as contribuições sociais) e à Dívida Ativa da União (DAU);
- d) Prova de regularidade para com a Fazenda Estadual, da sede ou do domicílio da licitante, mediante Certidão Negativa de Débitos Tributários da Dívida Ativa ou declaração de isenção ou de não incidência assinada pelo representante legal da proponente, sob as penas da lei;
- e) Prova de regularidade para com a Fazenda Municipal, da sede ou do domicílio da licitante, mediante Certidão Negativa de Débitos de Tributários Mobiliários;
- f) Prova de regularidade perante o Fundo de Garantia Por Tempo de Serviço (FGTS), por meio da apresentação do CRF – Certificado de Regularidade do FGTS;
- g) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação da Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas, em cumprimento à Lei nº 12.440/2011 e à Resolução Administrativa nº 1.470/2011 do Tribunal Superior do Trabalho.

13.2.2.1. A Comprovação de regularidade fiscal das microempresas e empresas de pequeno porte somente será exigida para efeito de assinatura do contrato.

13.2.2.2. As microempresas e empresas de pequeno porte, por ocasião da participação neste certame, deverão apresentar toda a documentação exigida para fins de comprovação da regularidade fiscal e trabalhista, mesmo que esta apresente alguma restrição;

13.2.2.3. Havendo alguma restrição na regularidade fiscal, será assegurado o prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da publicação da homologação do certame e imediata comunicação à licitante vencedora, prorrogáveis por igual período, a critério desta Prefeitura Municipal, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de negativa;

13.2.2.4. A não regularização da documentação, no prazo previsto no subitem anterior, implicará na decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções legais, procedendo-se a convocação do(s) licitante(s) remanescente(s), respeitando a ordem de classificação.

13.2.2.5. Serão aceitas, como prova de regularidade fiscal e trabalhista, certidões positivas, com efeitos de negativa e certidões positivas que noticiem em seu corpo que os débitos estão judicialmente garantidos ou com sua exigibilidade suspensa.

13.2.2.6. Caso alguma certidão seja **POSITIVA**, reserva-se a si o direito de só aceitá-la se a mesma contiver expressamente o efeito de **NEGATIVA**, nos termos do Artigo 206 do Código Tributário Nacional.

13.2.3. QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

a) Certidão negativa de falência, concordata, recuperação judicial e extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, dentro do prazo de validade;

a1) Nas hipóteses em que a certidão encaminhada for positiva, deve a licitante apresentar comprovante da homologação/deferimento pelo juízo competente do plano de recuperação judicial/extrajudicial em vigor;

a2) No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor.

a3) Na hipótese de não constar prazo de validade das certidões apresentadas, esta Prefeitura aceitará como válidas as expedidas até 180 (cento e oitenta) dias imediatamente anteriores à data de apresentação dos documentos de habilitação.

b) comprovação de possuir capital social integralizado ou patrimônio líquido correspondente a no mínimo 10% (dez por cento) do valor global estimado da contratação, correspondente a R\$ 140.000,00 (cento e quarenta mil reais), devendo a comprovação ser feita na forma da lei.

13.2.4. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

a) Prova de aptidão para o desempenho de atividade pertinente e compatível com o objeto desta licitação, por meio de apresentação de Atestado(s) ou Certidão(ões), expedido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, necessariamente em nome da empresa licitante, e indicar ter executado com satisfação, pelo menos 50% (cinquenta por cento) do objeto desta licitação.

b) cópia autenticada ou acompanhada do original do certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei federal nº 12.232/2010, art. 4º e seu § 1º, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou perante entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências.

13.2.5. OUTRAS COMPROVAÇÕES:

a) Modelo de Declaração assegurando a inexistência de impedimento legal para licitar ou contratar com a Administração (Anexo VII);

b) Modelo de Declaração de que a proponente sujeita-se incondicionalmente a todos os requisitos e exigências deste Edital (Anexo IX);

c) Declaração de Aceitação, nos termos do parágrafo 1º do artigo 65 da Lei Federal nº 8.666/93 e suas alterações posteriores (Anexo X);

14. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

14.1. A Comissão Permanente de Licitações analisará os Documentos de Habilitação de todas as licitantes que apresentarem o Invólucro 5 e julgará habilitadas as que satisfizerem integralmente aos

requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos, observado o disposto no subitem 13.1.2.

14.1.1. Se nenhuma licitante restar habilitada, a Prefeitura Municipal de Ourinhos reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas para apresentar os respectivos Documentos, no prazo de 8 (oito) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

15. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

15.1. A relação com os nomes dos membros que formam a Subcomissão Técnica foram publicados no Diário Oficial Eletrônico do Município de Ourinhos, na edição 1591 do dia 07 de janeiro de 2022.

16. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

16.1. Serão realizadas 4 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Permanente de Licitações e pelos representantes das licitantes presentes.

16.1.1. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 5.1 deste Edital.

16.1.2. Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas e Documentos de Habilitação nas sessões públicas.

16.1.3. A Comissão Permanente de Licitações e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência.

16.1.4. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

16.1.5. O julgamento das Propostas Técnicas e de Preços e o julgamento final deste certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados neste Edital.

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

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

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

16.1.9. Se os invólucros das licitantes desclassificadas ou inabilitadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados do encerramento desta concorrência – após transcorrer o prazo para interposição de recurso contra o resultado final da licitação ou ter havido a sua desistência ou, ainda, terem sido julgados os recursos interpostos. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados será providenciada sua destruição.

PRIMEIRA SESSÃO

16.2. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 1.2 deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

- a) identificar os representantes das licitantes, conforme previsto no subitem 5.1 deste Edital;
- b) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;
- c) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições deste Edital.

16.2.1. O Invólucro nº 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão Permanente de Licitações se:

- a) não estiver identificado;
- b) não apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2;
- c) não estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2.

16.2.1.1. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 16.2.1, a Comissão Permanente de Licitações não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

16.2.2. A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

- a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Permanente de Licitações, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- b) retirar e rubricar o conteúdo dos Invólucros nº 1;
- c) abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos contidos nos Invólucros nº 1 e nº 3;
- e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão.

16.2.2.1. A Comissão Permanente de Licitações, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 16.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

16.2.2.2. Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão Permanente de Licitações e ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão Permanente de Licitações desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

16.2.3. A Comissão Permanente de Licitações não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, à exceção das rubricas mencionadas no subitem 16.2., "b" deste edital.

16.2.4. Abertos os Invólucros nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão Permanente de Licitações.

16.2.5. Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Permanente de Licitações na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 16.2.6 e seguintes.

16.2.5.1. Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão Permanente de Licitações pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no item 18.

16.2.6. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados os seguintes procedimentos:

a) encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitações à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;

b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Permanente de Licitações, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

d) encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitações à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

f) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Permanente de Licitações, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

16.2.6.1. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base na alínea 'a' do subitem 9.4 deste Edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

16.2.6.1.1. O disposto no subitem precedente não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas neste Edital resulte na identificação da licitante antes da abertura dos Invólucros nº 2.

16.2.7. As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 16.2.6 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

SEGUNDA SESSÃO

16.3. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitações convocará as licitantes para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) abrir os Invólucros nº 2;

c) cotejar as vias não identificadas (Invólucro nº 1) com as vias identificadas (Invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;

d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;

e) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;

f) em caso de empate, realizar sorteio;

g) informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 18.

16.3.1. Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão Permanente de Licitações.

TERCEIRA SESSÃO

16.4. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 4, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitações e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;
- d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) identificar a Proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- f) em seguida, elaborar lista das licitantes classificadas e desclassificadas pelas suas pontuações finais com abertura de vistas para os presentes e para exercício do direito de empate ficto, nos termos do item 12.1.4.2. e seguintes, reclassificando as licitantes, se o caso.
- g) declarar a vencedora do julgamento final das Propostas Técnica e de Preços.
- h) informar que o resultado do julgamento final das Propostas será publicado, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 18.

QUARTA SESSÃO

16.5. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitações convocará as licitantes para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) receber e abrir os Invólucros nº 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitações e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;

e) informar:

e1) o resultado da habilitação;

e2) que o resultado da habilitação será publicado com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a' da Lei federal nº 8.666/1993;

e3) que será publicado o nome da licitante vencedora desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

17 – ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO

17.1. O julgamento e a respectiva classificação final das propostas, mediante parecer da Comissão Permanente de Licitações, após sua publicação no Diário Oficial Eletrônico do Município de Ourinhos, em uma única edição, para efeito de recurso, decorrido o prazo legal ou após decisão irrecorrível, serão submetidos à apreciação pela Autoridade Competente, a quem cabe:

a) aceitar a classificação e julgamento final, adjudicando o objeto licitado à licitante vencedora e homologando o processo licitatório;

b) anular o presente certame nos casos de ilegalidade no procedimento ou julgamento, mediante decisão fundamentada; e

c) revogá-la por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficientemente justificado.

17.2. Homologada esta licitação, o seu objeto será contratado com a licitante vencedora, através do instrumento de Contrato Administrativo, com a consequente expedição da Ordem de Serviços.

17.3. No caso em que a adjudicatária decair do direito a execução do objeto desta licitação a Prefeitura poderá revogar esta licitação, ou convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação para executar os serviços, em igual prazo e nas mesmas condições propostas pelo primeiro classificado.

18. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

18.1. Eventuais recursos referentes à presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à Prefeitura Municipal de Ourinhos, por intermédio da Comissão Permanente de Licitações, devendo ser protocolizados na Gerência de Licitação e Compras da Prefeitura Municipal de Ourinhos, sito à rua Euclides da Cunha, nº 522, Centro.

18.2. Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis.

18.3. Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Permanente de Licitações poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) à autoridade competente, que decidirá em 5 (cinco) dias úteis contados de seu recebimento.

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

18.5. Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta concorrência, em local e horário a serem indicados pela Comissão Permanente de Licitações.

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

19. CONDIÇÕES DA CONTRATAÇÃO

19.1. A licitante vencedora terá o prazo de 10 (dez) dias, contado a partir da convocação, para assinar o instrumento de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo V e deverá, no mesmo prazo, apresentar a garantia total prevista no subitem 20.1 deste Edital.

19.1.1. Se a licitante vencedora não comparecer, nos prazos estipulados no subitem 19.1, para assinar o contrato e apresentar o comprovante da prestação da garantia contratual, a Prefeitura Municipal de Ourinhos convocará as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições constantes da proposta daquela que deixou de assinar o contrato ou de oferecer garantia, ou revogar esta concorrência, sem prejuízo da cominação prevista no art. 81 da Lei federal nº 8.666/1993.

19.2. A licitante vencedora se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta concorrência, devendo ser aferida, no momento da assinatura do instrumento da avença, a presença de tais condições.

19.3. A Prefeitura Municipal de Ourinhos poderá até a assinatura do contrato, desclassificar a empresa vencedora por despacho fundamentado sem direito à indenização ou ressarcimento e sem prejuízo de outras sanções cabíveis, se tiver notícia de qualquer fato ou circunstância anterior ou posterior ao julgamento da licitação que desabone sua idoneidade financeira, técnica ou administrativa.

19.4. Poderá haver alterações contratuais com acréscimos ou supressões que se fizerem necessárias à execução do objeto, até o limite de 25% (vinte e cinco), conforme permissão do parágrafo 1º, art. 65, da Lei Federal 8.666/93.

19.5. Na eventualidade de a **licitante vencedora** regularmente convocada a assinar o contrato, estando sua proposta dentro do prazo de validade, se recusar a fazê-lo, aceitá-lo ou retirá-lo no prazo fixado no item 19.1, ser-lhe-á aplicada multa de 10% (dez por cento) do valor do contrato, sem prejuízo das demais sanções previstas em lei e no contrato.

20. DA GARANTIA

20.1. A Prefeitura exigirá da Contratada garantia no valor correspondente a 5% (cinco por cento) do valor total do contrato, que deverá ser efetivada antes da assinatura do mesmo;

20.2. A garantia poderá ser prestada por uma das seguintes modalidades:

a) Caução em dinheiro ou em títulos da dívida pública, devendo estes ter sido emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda;

b) Seguro garantia;

c) Fiança bancária.

20.3. O seguro garantia ou fiança bancária, na forma da legislação vigente, deverão conter, conforme o caso:

a) Prazo de validade correspondente ao início do período de vigência do contrato até o recebimento definitivo ou término do prazo de execução;

b) Expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento que for devido, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;

c) Não poderá constar ressalva quanto à cobertura de multa administrativa, em consonância com o inciso III do artigo 80 da Lei Federal nº 8.666/93.

20.4. Se efetuada por meio de caução em dinheiro, esta deverá ser recolhida junto à agência bancária indicada pela Prefeitura, com fornecimento de comprovante de pagamento com autenticação digital.

20.5. A não prestação de garantia equivale à recusa injustificada para a celebração do contrato, caracterizando descumprimento total da obrigação assumida, sujeitando a adjudicatária às penalidades legalmente estabelecidas.

20.6. Nos termos do § 2º do artigo 56 da Lei Federal nº 8.666/1993 e suas alterações, a garantia deverá ser complementada sempre que o valor do contrato for revisto ou reajustado, nos termos contratuais, mantendo-se o percentual estabelecido no item 20.1.

20.7. A adjudicatária se obriga a apresentar nova garantia, conforme o caso, no prazo máximo de 48 horas, antes do seu vencimento ou da assinatura de termo aditivo que implique na elevação do valor do contrato.

20.8. Se o valor da garantia for utilizado total ou parcialmente em pagamento de qualquer obrigação, a Contratada obriga-se a fazer a respectiva reposição no prazo máximo de 10 (dez) dias, contados da data em que for notificada.

20.9. A garantia assegurará, qualquer que seja a modalidade escolhida, o pagamento de:

20.9.1. prejuízo advindo do não cumprimento do objeto do contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;

20.9.2. prejuízos causados à Contratante ou a terceiro durante a execução do contrato;

20.9.3. multas moratórias punitivas aplicadas pela Contratante à Contratada;

20.10. Não serão aceitas garantias que incluam outras isenções de responsabilidade que não as seguintes:

20.10.1. caso fortuito ou força maior;

20.10.2. descumprimento das obrigações pela Contratada decorrente de atos ou fatos imputáveis exclusivamente à Contratante;

21 OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DO CONTRATANTE

21.1. As obrigações das partes são aquelas constantes da minuta de contrato (Anexo V).

22. DA AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO DA CONTRATADA

22.1. A CONTRATANTE avaliará bimestralmente os serviços prestados pela contratada, observando-se o seguinte:

a) A avaliação será promovida pelo CONTRATANTE objetivando apurar a necessidade de correções que visem a melhorar a qualidade dos serviços prestados pela CONTRATADA; decidir sobre a prorrogação de vigência do contrato ou sua rescisão; bem como fornecer, quando solicitado por esta, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

b) Cópia do instrumento de avaliação de desempenho individual será encaminhada ao fiscal deste contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

23. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

23.1. A remuneração pelos serviços prestados será feita nos termos da minuta de contrato (Anexo V), de acordo com os preços estabelecidos nas Propostas de Preços apresentadas.

23.2. A forma e as condições de pagamento são as constantes da sobredita minuta de contrato (Anexo V).

24. EQUILÍBRIO ECONÔMICO-FINANCEIRO

24.1. As cláusulas econômico-financeiras e monetárias dos contratos administrativos não poderão ser alteradas sem prévia concordância do contratado.

24.2. As cláusulas econômico-financeiras do contrato poderão ser revistas para que se mantenha o equilíbrio contratual.

25. SANÇÕES

25.1. Pela recusa injustificada em assinar o contrato, ou em aceitar o pedido de compras e/ou instrumento equivalente, dentro do prazo estabelecido, a adjudicada sujeitar-se-á à multa de 10% (dez por cento) sobre o valor total do contrato.

25.2. A penalidade prevista no subitem anterior não se aplica às empresas remanescentes, em virtude da não aceitação da primeira convocada.

25.3. Pelo não cumprimento das condições estabelecidas no ajuste, sem a devida justificativa aceita pela Prefeitura, e sem prejuízo das demais sanções aplicáveis, a contratada ficará sujeita, a critério da Prefeitura, as seguintes penalidades:

25.3.1. Em caso de inadimplência parcial ou total, a Contratada ficará à multa de 10% (dez por cento) do valor global do contrato, sem prejuízo das demais penalidades previstas na legislação pertinente.

25.3.2. Em caso de atraso na execução dos serviços, a multa será diária e na razão de 0,5% (meio por cento) do valor global do contrato.

25.4. As multas referidas neste item 25 não impedem a aplicação de outras sanções previstas na Lei 8.666/93 e no contrato.

26. DA FISCALIZAÇÃO

26.1. A administração indicará um gestor e fiscal do contrato da Secretaria Municipal de Comunicação, ao qual incumbirá o acompanhamento do contrato e da execução, devendo a este se dirigir a contratada para os fins do processamento administrativo.

27. IMPUGNAÇÃO AO EDITAL

27.1. As impugnações deverão ser formulados nos prazos e na forma dispostos na lei;

27.2. As impugnações contra este Edital, deverão ser dirigidas à Comissão Permanente de Licitações e protocolados na Gerência de Licitação e Compras da Prefeitura Municipal de Ourinhos, sito à Rua Euclides da Cunha, nº 522, Centro, no horário das 08:00 às 12:00 horas e das 14:00 às 18:00 horas, nos dias úteis. Os pedidos de impugnação, protocolizados fisicamente ou enviados por e-mail, serão julgados e respondidos em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no §1º do artigo 113 da Lei nº 8666/93. Decairá do direito de impugnar os termos deste edital:

a) o cidadão que não se manifestar em até 05 (cinco) dias úteis antes da data de recebimento dos envelopes;

b) a licitante que não se manifestar em até 02 (dois) dias úteis antes da data de recebimento dos envelopes.

27.2.1. Admite-se impugnação por intermédio de e-mail (licitacao.pmo@gmail.com), ficando a validade do procedimento condicionada à protocolização do original na Gerência mencionada no subitem anterior, no prazo de 48 horas de seu envio;

27.3. Para efeito de contagem de prazos legais serão considerados dias úteis aqueles que houver expediente normal na Prefeitura Municipal de Ourinhos.

27.4. No decorrer do prazo de impugnação será aberta vista dos autos às licitantes que a solicitarem, independentemente de requerimento, na Gerência de Licitação e Compras, sito à Rua Euclides da Cunha, nº 522, Centro, de onde os autos do processo não poderão ser retirados.

27.5. Caso a licitante queira cópias de documentos juntados ao processo licitatório, poderá obtê-las mediante requerimento escrito e pagamento do valor correspondente ao número de cópias requisitadas.

28. PEDIDOS DE ESCLARECIMENTOS

28.1. Durante a fase de preparação das propostas, a PROPONENTE poderá formular, por escrito, questões relativas a esta licitação, conforme definido a seguir:

28.2. Deverão ser encaminhadas por ofício em papel timbrado, assinado pelo representante legal da consulente, endereçada e protocolizadas na Gerência de Licitação e Compras. Serão aceitos esclarecimentos por Email, desde que apresentado o original no prazo de 2 (dois) dias úteis.

28.3. As respostas aos pedidos de esclarecimentos serão enviados aos interessados via email.

28.4. A cada resposta da Comissão será atribuído um número seqüencial, a partir do número 01 (um), e se ensejar alguma modificação quanto aos critérios de habilitação ou formulação das propostas, será obedecido o disposto no artigo 21 § 4º, da Lei 8.666/93 e suas alterações.

28.5. As questões poderão ser formuladas até no máximo **5 (cinco)** dias anteriores do fixado para entrega das propostas, e se pertinentes, serão respondidos até 03 (três) dias da mesma data, observado o disposto no art. 110 - § único da Lei 8.666/93 e ulteriores alterações.

28.6. Na contagem dos prazos excluir-se-á o dia do recebimento dos envelopes.

28.7. As questões formuladas fora do prazo do subitem anterior, se pertinentes, serão respondidas pessoalmente ao interessado na secretaria gestora.

29. CONDIÇÕES COMPLEMENTARES

29.1. Toda documentação fornecida pela Prefeitura Municipal de Ourinhos, somente poderá ser utilizada para elaboração de propostas, sendo vedada a sua reprodução, divulgação e/ou utilização, total ou parcial, para quaisquer outros fins que não os expressos nesta licitação, sob pena de responsabilidade pelo uso indevido desses documentos.

29.2. A Prefeitura Municipal de Ourinhos poderá anular ou revogar, total ou parcialmente, esta licitação, nas hipóteses legais, sem que caiba aos concorrentes direito à qualquer indenização ou compensação de qualquer natureza.

29.3. As licitantes se obrigam a comunicar à Prefeitura Municipal de Ourinhos, a qualquer tempo antes da contratação, qualquer fato ou circunstância superveniente que altere as condições de habilitação, imediatamente após sua ocorrência.

29.4. A Prefeitura Municipal de Ourinhos poderá inabilitar, a qualquer tempo antes da contratação, licitante sobre a qual venha a conhecer fato ou circunstância que desabone sua idoneidade

29.5. As multas aplicadas conforme especificações deste Edital serão pagas em até 30 dias, contados do recebimento do documento de cobrança respectivo, sob pena de sujeitar-se à infratora aos procedimentos judiciais cabíveis.

30. DISPOSIÇÕES FINAIS

30.1. A Prefeitura Municipal de Ourinhos não admitirá declarações posteriores à abertura das propostas, de desconhecimento de fatos, no todo ou em parte, que dificultem ou impossibilitem o julgamento das propostas ou a adjudicação à Licitante vencedora.

30.2. É facultada, ao Presidente da Comissão e à Autoridade Superior, em qualquer fase da Licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou a complementar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originariamente da proposta.

30.3. As condições de emissão de documentos de cobrança, pagamento, reajustes, garantia de execução contratual, penalidades, obrigações, responsabilidades e outras, são as estabelecidas neste Edital e na Lei Federal nº 8.666/93 e posteriores alterações.

30.4. As empresas que receberem o edital por meio eletrônico serão responsáveis pelo envio de recibo à Comissão de Licitações. Se não enviado recibo, a empresa poderá não ser notificada sobre eventuais alterações do presente edital ou informações prestadas pela Comissão de Licitação.

30.5. Prevalecerá o disposto no presente edital sempre que houver dúvida entre este e os elementos a ele incorporados.

30.6. Para dirimir todas as questões suscitadas na execução do contrato, não resolvidas administrativamente, será designado o Foro da Comarca de Ourinhos, Estado de São Paulo.

Ourinhos, 30 de junho de 2022.

LUCAS POÇAY ALVES DA SILVA
Prefeito Municipal

ANEXO I

BRIEFING

PROCESSO Nº 31/2022 - LICITAÇÃO PÚBLICA – CONCORRÊNCIA Nº 01/2022

PROCESSO Nº 31/2022 – CONCORRÊNCIA Nº 01/2022.

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE.

INTERESSADA: SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO.

1) APRESENTAÇÃO:

As informações quanto a Histórico da Cidade, Contas Públicas, Informações sobre a atual administração e estrutura podem ser acessados pelo link <http://www.ourinhos.sp.gov.br/ourinhos>

A Prefeitura do Município de Ourinhos desenvolve ações de conscientização de motoristas e pedestres. Atualmente, a frota da cidade ultrapassa os 80 mil veículos e o desrespeito à faixa de pedestres por condutores e pedestres resulta em inúmeros acidentes e até mesmo mortes que poderiam ser evitadas. Com isso, torna-se necessário o desenvolvimento de uma campanha publicitária, que objetiva promover a utilização da faixa de pedestre pelos transeuntes e o respeito a essa sinalização por parte dos condutores.

A previsão de campanhas para 2022 constam no Anexo II deste edital.

1.1) PRINCÍPIOS GERAIS DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA: Dentro dos princípios que regem a atividade governamental salientamos que as ações de publicidade e comunicação devem ter caráter legal, educativo, informativo, de orientação e mobilização social, em respeito ao disposto no art. 37, § 1º, da Constituição Federal, perseguindo a meta de eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos públicos, com permanente e sistemática avaliação dos resultados.

No desempenho regular de suas atividades, a Administração Pública deve sempre nortear-se, quando da realização de qualquer ação de publicidade, pela busca de obedecer ao princípio constitucional acima apontado e, deste modo, adotar como linha de atuação específica um dos seguintes aspectos nos serviços ofertados: de publicidade institucional, legal ou de utilidade pública, de modo geral.

1.2) LEGISLAÇÃO RELATIVA À MATÉRIA PUBLICITÁRIA E À CONTRATAÇÃO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

A presente licitação fundamenta-se na seguinte legislação, referente à matéria publicitária e à contratação de prestação de serviços de publicidade:

- Constituição da República Federativa do Brasil, art. 37, §1º;
- Lei federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993;
- Lei federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010;
- Lei federal nº 4.680, de 18 de junho de 1965;
- Decreto federal nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966;
- Normas e Instruções expedidas pela Prefeitura Municipal de Ourinhos, que serão devidamente repassadas à contratada, bem como o Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e suas alterações;
- Normas Padrão da Atividade Publicitária do Conselho Executivo de Normas;
- Padrão – CENP;
- Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária.

2) Objetivo

- a) Sensibilizar a sociedade para a necessidade tanto de condutores quanto de pedestres de respeitar a faixa de pedestre;
- b) Contribuir para a diminuição de acidentes no trânsito;
- c) Ressaltar a necessidade de se respeitar a sinalização de trânsito.

3) Tema: Respeitar a faixa de pedestre é respeitar a vida.

4) Deverá ser criada uma simulação desta campanha publicitária com as seguintes peças publicitárias:

a) 01 (um) layout para anúncio institucional de meia página, colorido para jornal modelo standard (tamanho máximo de apresentação do layout, formato A4);

b) 01 (um) layout para anúncio de outdoor, 3x9m (tamanho máximo de apresentação do layout, formato A4);

c) 01 (um) layout para folheto, 4X0 cores (frente), 14,8x21cm, colorido (tamanho máximo de apresentação do layout, formato A4);

d) 01 (um) layout de anúncio para revista, uma página, colorido (tamanho máximo de apresentação do layout, formato A4);

e) 01 (um) Storyboard impresso para anúncio institucional de Televisão, 30 segundos, sendo proibida a apresentação de DVD ou qualquer outro formato de mídia gravada (tamanho máximo de apresentação do Storyboard, formato A4);

f) 01 roteiro para anúncio institucional de rádio, 30 segundos, sendo proibida a apresentação de CD ou qualquer outro formato de mídia gravada (tamanho máximo de apresentação do roteiro, formato A4);

5) A campanha deverá ter a duração total de 30 (trinta) dias, ficando a critério da licitante a definição do período de veiculação a ser considerado na simulação de mídia. O público-alvo são os cidadãos de ambos os sexos, jovens e adultos, de todas as classes sociais. A verba para essa simulação fica limitada a R\$180.000,00 (cento e oitenta mil reais).

ANEXO II

DESCRIÇÃO / ESPECIFICAÇÕES DAS CAMPANHAS A SEREM DESENVOLVIDAS

PROCESSO Nº 31/2022 - CONCORRÊNCIA Nº 01/2022

Campanhas previstas para 2022/2023

*Há possibilidade de excepcionais nas campanhas e nas inserções dos veículos de comunicação conforme a necessidade de divulgação para a população ourinhense.

OUTUBRO/2022 – 2 campanhas

- OUTUBRO ROSA / de 01 a 31 de outubro de 2022

Objetivo – O objetivo principal da campanha é alertar as mulheres e a sociedade sobre a importância da prevenção e do diagnóstico precoce do câncer de mama e mais recentemente sobre o câncer de colo do útero. Além de divulgar os exames e serviços de saúde que a municipalidade oferece para esse público.

Mídias Previstas – Jornais, Rádios, Tvs e site de notícias

Jornais – 5 a 30 inserções coloridas nos formatos ½ página e página inteira

Rádios – 200 a 350 inserções

Tvs – 80 a 250 inserções

Outdoors – 5 a 10 painéis

Banners de internet – de 8 a 12 inserções diárias

- CONSCIENTIZAÇÃO DA COVID-19 / de 01 a 31 de outubro de 2022

Objetivo – Esta campanha visa a conscientização da população sobre a necessidade das medidas preventivas para evitar a contaminação da covid-19. Tal como divulgar informações relevantes sobre a importância da vacinação. .

Mídias Previstas – Jornais, Rádios, Tvs e sites de notícias

Jornais – 5 a 30 inserções coloridas nos formatos ½ página e página inteira

Rádios – 200 a 350 inserções

Tvs - 80 a 250 inserções

Banners de internet - de 8 a 12 inserções diárias.

NOVEMBRO/2022 – 3 campanhas

- NOVEMBRO AZUL / de 01 a 30 de novembro de 2022

Objetivo: O câncer de próstata é um dos tipos de tumor com maior incidência em homens. A Campanha Novembro Azul visa incentivar o público masculino quanto a necessidade de realizar periodicamente os exames e desmistificar o preconceito envolvendo o chamado exame de toque. Além de divulgar os exames e serviços de saúde que a municipalidade oferece a esse público.

Mídias Previstas – Jornais, Rádios, Tvs e site de notícias

Jornais – 5 a 30 inserções coloridas nos formatos ½ página e página inteira

Rádios – 200 a 350 inserções

Tvs – 80 a 250 inserções

Banners de internet – de 8 a 12 inserções diárias

- INVISTA EM OURINHOS E TENHA RETORNO/ de 01 e 30 de novembro de 2022

Objetivo: A Campanha Invista em Ourinhos visa atrair novos investimentos empresariais para a cidade, mostrando através da mídia o destaque regional de Ourinhos e seu posicionamento como pólo de comércio e serviços, além das vantagens oferecidas pelo município para quem quer instalar sua empresa na cidade.

Mídias Previstas – Jornais, Rádios, Tvs e site de notícias (preferencialmente em veículos de comunicação de alcance regional ou até mesmo estadual)

Jornais – 5 a 30 inserções coloridas nos formatos ½ página e página inteira

Rádios – 200 a 350 inserções

Tvs – 80 a 250 inserções

Banners de internet – de 8 a 12 inserções diárias

- CONSCIENTIZAÇÃO DA COVID-19 / de 01 a 30 de novembro de 2022

Objetivo – Esta campanha visa a conscientização da população sobre a necessidade das medidas preventivas para evitar a contaminação da covid-19. Tal como divulgar informações relevantes sobre a importância da vacinação.

Mídias Previstas – Jornais, Rádios, Tvs e sites de notícias

Jornais – 5 a 30 inserções coloridas nos formatos ½ página e página inteira

Rádios – 200 a 350 inserções

Tvs - 80 a 250 inserções

Banners de internet - de 8 a 12 inserções diárias.

DEZEMBRO/2022 – 4 campanhas

- MÊS DE COMEMORAÇÃO DO ANIVERSÁRIO DE OURINHOS / de 01 a 31 de dezembro de 2022

Objetivo: Ourinhos completa 104 anos no dia 13 de dezembro de 2022. A campanha visa divulgar as atividades referentes ao mês de comemoração do aniversário do município, além de fazer um resgate histórico da cidade.

Mídias Previstas – Jornais, Rádios, Tvs e site de notícias

Jornais – 5 a 30 inserções coloridas nos formatos ½ página e página inteira

Rádios – 200 a 350 inserções

Tvs – 80 a 250 inserções

Outdoors – 5 a 10 painéis

Banners de internet – de 8 a 12 inserções diárias

- NATAL DE LUZ / de 01 a 25 de dezembro de 2022

Objetivo: Divulgar as atrações da cidade para o natal para atrair visitantes e turistas, gerando mais renda para o município e manutenção da cidade de Ourinhos como pólo regional do comércio.

Mídias Previstas – Jornais, Rádios, Tvs e site de notícias

Jornais – 5 a 30 inserções coloridas nos formatos ½ página e página inteira

Rádios – 200 a 350 inserções

Tvs – 80 a 250 inserções

Outdoors – 5 a 10 painéis

Banners de internet – de 8 a 12 inserções diárias

- CONSCIENTIZAÇÃO DA COVID-19 / de 01 a 31 de dezembro de 2022

Objetivo – Esta campanha visa a conscientização da população sobre a necessidade das medidas preventivas para evitar a contaminação da covid-19. Tal como divulgar informações relevantes sobre a importância da vacinação.

Mídias Previstas – Jornais, Rádios, Tvs e sites de notícias

Jornais – 5 a 30 inserções coloridas nos formatos ½ página e página inteira

Rádios – 200 a 350 inserções

Tvs - 80 a 250 inserções

Banners de internet - de 8 a 12 inserções diárias.

- PAGUE EM DIA O SEU IPTU / de 01 a 31 de dezembro de 2022

Objetivo – A Secretaria de Planejamento e Finanças realiza a campanha “Pague em Dia seu IPTU” que tem o intuito de incentivar os contribuintes a pagar em dia seu IPTU, seja à vista ou parcelado, objetivando uma arrecadação uniforme e consistente de recursos.

Mídias Previstas – Jornais, Rádios, Tvs, Outdoor e site de notícias.

Jornais – 5 a 30 inserções coloridas nos formatos ½ página e página inteira.

Rádios – 200 a 350 inserções.

Tvs – 80 a 250 inserções.

Outdoors – 5 a 10 painéis.

Banners de internet – 8 a 12 inserções diárias.

JANEIRO/2023 – 4 campanhas

- CONSCIENTIZAÇÃO DA COVID-19 / de 01 a 31 de janeiro de 2023

Objetivo – Esta campanha visa a conscientização da população sobre a necessidade das medidas preventivas para evitar a contaminação da covid-19. Tal como divulgar informações relevantes sobre a importância da vacinação.

Mídias Previstas – Jornais, Rádios, Tvs e sites de notícias

Jornais – 5 a 30 inserções coloridas nos formatos ½ página e página inteira

Rádios – 200 a 350 inserções

Tvs - 80 a 250 inserções

Banners de internet - de 8 a 12 inserções diárias.

- DENGUE, CHIKUNGUYA E ZIKA VÍRUS / de 01 a 31 de janeiro de 2023

Objetivo – Esta campanha visa realizar um trabalho contínuo de conscientização sobre a importância das ações de todas as pessoas no combate ao Mosquito Aedes Aegypti, transmissor da dengue, febre Chikungunya e Zika vírus, para que não haja o aumento de casos em nossa cidade neste ano e possamos assim evitar uma epidemia.

Mídias Previstas – Jornais, Rádios, Tvs e site de notícias

Jornais – 5 a 30 inserções coloridas nos formatos ½ página e página inteira.

Rádios – 200 a 350 inserções

Tvs – 80 a 250 inserções

Banners de internet – de 8 a 12 inserções diárias.

internet – de 8 a 12 inserções diárias.

- LIMPE SEU TERRENO / de 01 a 31 de janeiro de 2023

Objetivo – A Campanha Limpe Seu Terreno pretende conscientizar donos de terrenos a manter as áreas limpas evitando nessa forma a proliferação de bichos peçonhentos, além de outros incômodos para os vizinhos. Além de difundir que é previsto em lei multa para quem não cumpre essa obrigação.

Mídias Previstas – Jornais, Rádios, Tvs e site de notícias

Jornais – 5 a 30 inserções coloridas nos formatos ½ página e página inteira

Rádios – 200 a 350 inserções

Tvs – 80 a 250 inserções

Outdoors – 5 a 10 painéis

Banners de internet – de 8 a 12 inserções diárias

- PAGUE EM DIA O SEU IPTU / de 01 a 31 de janeiro de 2023

Objetivo – A Secretaria de Planejamento e Finanças realiza a campanha “Pague em Dia seu IPTU” que tem o intuito de incentivar os contribuintes a pagar em dia seu IPTU, seja à vista ou parcelado, objetivando uma arrecadação uniforme e consistente de recursos.

Mídias Previstas – Jornais, Rádios, Tvs, Outdoor e site de notícias.

Jornais – 5 a 30 inserções coloridas nos formatos ½ página e página inteira.

Rádios – 200 a 350 inserções.

Tvs – 80 a 250 inserções.

Outdoors – 5 a 10 painéis.

Banners de internet – 8 a 12 inserções diárias.

FEVEREIRO /2023 – 4 campanhas

- REFIS 2023 / de 01 a 28 de fevereiro de 2023

Objetivo – O programa REFIS: Refinanciamento Fiscal foi criado para possibilitar aos contribuintes o pagamento com descontos de até 100% na multa e até 90% nos juros moratórios no pagamento à vista com mais condições de parcelar ou quitar seus débitos imobiliários ou de empresas.

Para realizar o parcelamento, é importante esclarecer que o munícipe deve estar devidamente inscrito no cadastro de contribuintes da Fazenda Pública Municipal. No caso de falecimento do proprietário, o inventariante do bem, poderá requerer o ingresso do objeto do débito no programa do REFIS.

Com os débitos parcelados, o contribuinte pode se beneficiar de certidões positivas com efeito negativo de crédito.

Mídias Previstas – Jornais, Rádios, Tvs e site de notícias

Jornais – 5 a 30 inserções coloridas nos formatos ½ página e página inteira

Rádios – 200 a 350 inserções

Tvs – 80 a 250 inserções

Outdoors – 5 a 10 painéis

Banners de internet – de 8 a 12 inserções diárias.

- DENGUE, CHIKUNGUYA E ZIKA VÍRUS / de 01 a 28 de fevereiro de 2023

Objetivo – Esta campanha visa realizar um trabalho contínuo de conscientização sobre a importância das ações de todas as pessoas no combate ao Mosquito Aedes Aegypti, transmissor da dengue, febre Chikungunya e Zika vírus, para que não haja o aumento de casos em nossa cidade neste ano e possamos assim evitar uma epidemia.

Mídias Previstas – Jornais, Rádios, Tvs e site de notícias

Jornais – 5 a 30 inserções coloridas nos formatos ½ página e página inteira.

Rádios – 200 a 350 inserções

Tvs – 80 a 250 inserções

Banners de internet – de 8 a 12 inserções diárias.

internet – de 8 a 12 inserções diárias.

- LIMPE SEU TERRENO / de 01 a 28 de fevereiro de 2023

Objetivo – A Campanha Limpe Seu Terreno pretende conscientizar dono de terrenos a manter as áreas limpas evitando nessa forma a proliferação de bichos peçonhentos, além de outros incômodos para os vizinhos. Além de difundir que é previsto em lei multa para quem não cumpre essa obrigação.

Mídias Previstas – Jornais, Rádios, Tvs e site de notícias

Jornais – 5 a 30 inserções coloridas nos formatos ½ página e página inteira

Rádios – 200 a 350 inserções

Tvs – 80 a 250 inserções

Outdoors – 5 a 10 painéis

Banners de internet – de 8 a 12 inserções diárias

- CONSCIENTIZAÇÃO DA COVID-19 / de 01 a 28 de fevereiro de 2023

Objetivo – Esta campanha visa a conscientização da população sobre a necessidade das medidas preventivas para evitar a contaminação da covid-19. Tal como divulgar informações relevantes sobre a importância da vacinação.

Mídias Previstas – Jornais, Rádios, Tvs e sites de notícias

Jornais – 5 a 30 inserções coloridas nos formatos ½ página e página inteira

Rádios – 200 a 350 inserções

Tvs – 80 a 250 inserções

Banners de internet - de 8 a 12 inserções diárias.

MARÇO/2023 – 4 campanhas

- DENGUE, CHIKUNGUYA E ZIKA VÍRUS / de 01 a 31 de março de 2023

Objetivo – Esta campanha visa realizar um trabalho contínuo de conscientização sobre a importância das ações de todas as pessoas no combate ao Mosquito Aedes Aegypti, transmissor da dengue, febre Chikungunya e Zika vírus, para que não haja o aumento de casos em nossa cidade neste ano e possamos assim evitar uma epidemia.

Mídias Previstas – Jornais, Rádios, Tvs e site de notícias

Jornais – 5 a 30 inserções coloridas nos formatos ½ página e página inteira.

Rádios – 200 a 350 inserções

Tvs – 80 a 250 inserções

Banners de internet – de 8 a 12 inserções diárias.

internet – de 8 a 12 inserções diárias.

- LIMPE SEU TERRENO / de 01 a 31 de março de 2023

Objetivo – A Campanha Limpe Seu Terreno pretende conscientizar dono de terrenos a manter as áreas limpas evitando nessa forma a proliferação de bichos peçonhentos, além de outros incômodos para os vizinhos. Além de difundir que é previsto em lei multa para quem não cumpre essa obrigação.

Mídias Previstas – Jornais, Rádios, Tvs e site de notícias

Jornais – 5 a 30 inserções coloridas nos formatos ½ página e página inteira

Rádios – 200 a 350 inserções
Tvs – 80 a 250 inserções
Outdoors – 5 a 10 painéis
Banners de internet – de 8 a 12 inserções diárias

- CONSCIENTIZAÇÃO DA COVID-19 / de 01 a 31 de março de 2023

Objetivo – Esta campanha visa a conscientização da população sobre a necessidade das medidas preventivas para evitar a contaminação da covid-19. Tal como divulgar informações relevantes sobre a importância da vacinação.

Mídias Previstas – Jornais, Rádios, Tvs e sites de notícias

Jornais – 5 a 30 inserções coloridas nos formatos ½ página e página inteira

Rádios – 200 a 350 inserções

Tvs – 80 a 250 inserções

Banners de internet – de 8 a 12 inserções diárias.

- REFIS 2023 / de 01 a 31 de março de 2023

Objetivo – O programa REFIS: Refinanciamento Fiscal foi criado para possibilitar aos contribuintes o pagamento com descontos de até 100% na multa e até 90% nos juros moratórios no pagamento à vista com mais condições de parcelar ou quitar seus débitos imobiliários ou de empresas.

Para realizar o parcelamento, é importante esclarecer que o munícipe deve estar devidamente inscrito no cadastro de contribuintes da Fazenda Pública Municipal. No caso de falecimento do proprietário, o inventariante do bem, poderá requerer o ingresso do objeto do débito no programa do REFIS.

Com os débitos parcelados, o contribuinte pode se beneficiar de certidões positivas com efeito negativo de crédito.

Mídias Previstas – Jornais, Rádios, Tvs e site de notícias

Jornais – 5 a 30 inserções coloridas nos formatos ½ página e página inteira

Rádios – 200 a 350 inserções

Tvs – 80 a 250 inserções

Outdoors – 5 a 10 painéis

Banners de internet – de 8 a 12 inserções diárias.

ABRIL/2023 – 3 campanhas

- CONSCIENTIZAÇÃO DA COVID-19 / de 01 a 30 de abril de 2023

Objetivo – Esta campanha visa a conscientização da população sobre a necessidade das medidas preventivas para evitar a contaminação da covid-19. Tal como divulgar informações relevantes sobre a importância da vacinação.

Mídias Previstas – Jornais, Rádios, Tvs e sites de notícias

Jornais – 5 a 30 inserções coloridas nos formatos ½ página e página inteira

Rádios – 200 a 350 inserções

Tvs – 80 a 250 inserções

Banners de internet – de 8 a 12 inserções diárias.

- FALTÔMETRO DA SAÚDE / de 01 a 30 de abril de 2023

Objetivo – Nos últimos anos a Secretaria Municipal de Saúde de Ourinhos identificou que há um grande número de munícipes que não comparecem a consultas médicas agendadas (principalmente com especialistas), faltam em exames marcos o que além de gerar custos para o município, atrasa ainda mais o tratamento médico de outros pacientes que estão aguardando vagas. A campanha visa incentivar a população a não faltar nas consultas e exames e caso seja impossível o comparecimento, que avise com antecedência a Secretaria de Saúde para que possa passar a vaga para outro paciente.

Mídias Previstas – Jornais, Rádios, Tvs e site de notícias

Jornais – 5 a 30 inserções coloridas nos formatos ½ página e página inteira

Rádios – 200 a 350 inserções

Banners de internet – de 8 a 12 inserções diárias

- REFIS 2023 / de 01 a 30 de abril de 2023

Objetivo – O programa REFIS: Refinanciamento Fiscal foi criado para possibilitar aos contribuintes o pagamento com descontos de até 100% na multa e até 90% nos juros moratórios no pagamento à vista com mais condições de parcelar ou quitar seus débitos imobiliários ou de empresas.

Para realizar o parcelamento, é importante esclarecer que o munícipe deve estar devidamente inscrito no cadastro de contribuintes da Fazenda Pública Municipal. No caso de falecimento do proprietário, o inventariante do bem, poderá requerer o ingresso do objeto do débito no programa do REFIS.

Com os débitos parcelados, o contribuinte pode se beneficiar de certidões positivas com efeito negativo de crédito.

Mídias Previstas – Jornais, Rádios, Tvs e site de notícias

Jornais – 5 a 30 inserções coloridas nos formatos ½ página e página inteira

Rádios – 200 a 350 inserções

Tvs – 80 a 250 inserções

Outdoors – 5 a 10 painéis

Banners de internet – de 8 a 12 inserções diárias.

MAIO/2023 – 3 campanhas

- RESPEITAR A FAIXA DE PEDESTRE É RESPEITAR A VIDA/ de 01 a 31 de maio de 2023

Objetiva – Desenvolvida pela Secretaria Municipal de Segurança Pública a campanha objetiva a conscientização de pedestre e motoristas quanto ao respeito a faixa de pedestre, atitude que evita acidentes até mesmo poupa vidas. No mês de maio, com o reforço de se tratar do Maio Amarelo, campanha nacional de prevenção de acidentes de trânsito.

Mídias Previstas – Jornais, Rádios, Tvs e site de notícias

Jornais – 5 a 30 inserções coloridas nos formatos ½ página e página inteira.

Rádios – 200 a 350 inserções.

Banners de internet – de 8 a 12 inserções diárias.

- CONSCIENTIZAÇÃO DA COVID-19 / de 01 a 31 de maio de 2023

Objetivo – Esta campanha visa a conscientização da população sobre a necessidade das medidas preventivas para evitar a contaminação da covid-19. Tal como divulgar informações relevantes sobre a importância da vacinação.

Mídias Previstas – Jornais, Rádios, Tvs e sites de notícias

Jornais – 5 a 30 inserções coloridas nos formatos ½ página e página inteira

Rádios – 200 a 350 inserções

Tvs – 80 a 250 inserções

Banners de internet – de 8 a 12 inserções diárias.

- REFIS 2023 / de 01 a 31 de maio de 2023

Objetivo – O programa REFIS: Refinanciamento Fiscal foi criado para possibilitar aos contribuintes o pagamento com descontos de até 100% na multa e até 90% nos juros moratórios no pagamento à vista com mais condições de parcelar ou quitar seus débitos imobiliários ou de empresas.

Para realizar o parcelamento, é importante esclarecer que o munícipe deve estar devidamente inscrito no cadastro de contribuintes da Fazenda Pública Municipal. No caso de falecimento do proprietário, o inventariante do bem, poderá requerer o ingresso do objeto do débito no programa do REFIS.

Com os débitos parcelados, o contribuinte pode se beneficiar de certidões positivas com efeito negativo de crédito.

Mídias Previstas – Jornais, Rádios, Tvs e site de notícias

Jornais – 5 a 30 inserções coloridas nos formatos ½ página e página inteira

Rádios – 200 a 350 inserções

Tvs – 80 a 250 inserções

Outdoors – 5 a 10 painéis

Banners de internet – de 8 a 12 inserções diárias.

JUNHO/2023 – 3 campanhas

- LIMPE SEU TERRENO / de 01 a 30 de junho de 2023

Objetivo – A Campanha Limpe Seu Terreno pretende conscientizar dono de terrenos a manter as áreas limpas evitando nessa forma a proliferação de bichos peçonhentos, além de outros incômodos para os vizinhos. Além de difundir que é previsto em lei multa para quem não cumpre essa obrigação.

Mídias Previstas – Jornais, Rádios, Tvs e site de notícias

Jornais – 5 a 30 inserções coloridas nos formatos ½ página e página inteira

Rádios – 200 a 350 inserções

Tvs – 80 a 250 inserções
Outdoors – 5 a 10 painéis
Banners de internet – de 8 a 12 inserções diárias

- DENGUE, CHIKUNGUYA E ZIKA VÍRUS / de 01 a 30 de junho de 2023

Objetivo – Esta campanha visa realizar um trabalho contínuo de conscientização sobre a importância das ações de todas as pessoas no combate ao Mosquito Aedes Aegypti, transmissor da dengue, febre Chikungunya e Zika vírus, para que não haja o aumento de casos em nossa cidade neste ano e possamos assim evitar uma epidemia.

Mídias Previstas – Jornais, Rádios, Tvs e site de notícias

Jornais – 5 a 30 inserções coloridas nos formatos ½ página e página inteira.

Rádios – 200 a 350 inserções.

Tvs – 80 a 250 inserções.

Banners de internet – de 8 a 12 inserções diárias.

internet - de 8 a 12 inserções diárias.

- CONSCIENTIZAÇÃO DA COVID-19 / de 01 a 30 de junho de 2023

Objetivo – Esta campanha visa a conscientização da população sobre a necessidade das medidas preventivas para evitar a contaminação da covid-19. Tal como divulgar informações relevantes sobre a importância da vacinação.

Mídias Previstas – Jornais, Rádios, Tvs e sites de notícias

Jornais – 5 a 30 inserções coloridas nos formatos ½ página e página inteira

Rádios – 200 a 350 inserções

Tvs - 80 a 250 inserções

Banners de internet - de 8 a 12 inserções diárias.

JULHO/2023 – 2 campanhas

- QUEIMADA É CRIME E PODE GERAR MULTAS / de 01 a 30 de julho de 2023

Objetivo – Julho é tradicionalmente um dos meses mais secos do ano o que favorece queimadas em áreas verdes, em pasto e principalmente em terrenos baldios. O objetivo da campanha é conscientizar a população quanto ao risco desse tipo de atitude e os prejuízos ambientais e de saúde pública que podem causar. É uma oportunidade também de demonstrar que tal ato é crime e pode ser penalizado com multa.

Mídias Previstas – Jornais, Rádios, Tvs e site de notícias

Jornais – 5 a 30 inserções coloridas nos formatos ½ página e página inteira

Rádios – 200 a 350 inserções

Tvs – 80 a 250 inserções

Outdoors – 5 a 10 painéis

Banners de internet – de 8 a 12 inserções diárias.

- CONSCIENTIZAÇÃO DA COVID-19 / de 01 a 31 de julho de 2023

Objetivo – Esta campanha visa a conscientização da população sobre a necessidade das medidas preventivas para evitar a contaminação da covid-19. Tal como divulgar informações relevantes sobre a importância da vacinação.

Mídias Previstas – Jornais, Rádios, Tvs e sites de notícias

Jornais – 5 a 30 inserções coloridas nos formatos ½ página e página inteira

Rádios – 200 a 350 inserções

Tvs - 80 a 250 inserções

Banners de internet - de 8 a 12 inserções diárias.

AGOSTO/2023 – 2 campanhas

- FALTÔMETRO DA SAÚDE / de 01 a 31 de agosto de 2023

Objetivo – Nos últimos anos a Secretaria Municipal de Saúde de Ourinhos identificou que há um grande número de munícipes que não comparecem a consultas médicas agendadas (principalmente com especialistas), faltam em exames marcos o que além de gerar custos para o município, atrasa ainda mais o tratamento médico de outros pacientes que estão aguardando vagas. A campanha visa incentivar a população a não faltar nas consultas e exames e caso seja impossível o comparecimento,

que avise com antecedência a Secretaria de Saúde para que possa passar a vaga para outro paciente.

Mídias Previstas – Jornais, Rádios, Tvs e site de notícias

Jornais – 5 a 30 inserções coloridas nos formatos ½ página e página inteira

Rádios – 200 a 350 inserções

Banners de internet – de 8 a 12 inserções diárias

- INVISTA EM OURINHOS E TENHA RETORNO/ de 01 e 31 de agosto de 2023

Objetivo: A Campanha Invista em Ourinhos visa atrair novos investimentos empresariais para a cidade, mostrando através da mídia o destaque regional de Ourinhos e seu posicionamento como pólo de comércio e serviços, além das vantagens oferecidas pelo município para quem quer instalar sua empresa na cidade.

Mídias Previstas – Jornais, Rádios, Tvs e site de notícias (preferencialmente em veículos de comunicação de alcance regional ou até mesmo estadual)

Jornais – 5 a 30 inserções coloridas nos formatos ½ página e página inteira

Rádios – 200 a 350 inserções

Tvs – 80 a 250 inserções

Banners de internet – de 8 a 12 inserções diárias

SETEMBRO/2023 – 2 campanhas

- DENGUE, CHIKUNGUNYA E ZIKA VÍRUS / de 01 a 30 de setembro de 2023

Objetivo – Esta campanha visa realizar um trabalho contínuo de conscientização sobre a importância das ações de todas as pessoas no combate ao Mosquito Aedes Aegypti, transmissor da dengue, febre Chikungunya e Zika vírus, para que não haja o aumento de casos em nossa cidade neste ano e possamos assim evitar uma epidemia.

Mídias Previstas – Jornais, Rádios, Tvs e site de notícias

Jornais – 5 a 30 inserções coloridas nos formatos ½ página e página inteira

Rádios – 200 a 350 inserções

Tvs – 80 a 250 inserções

Outdoors – 5 a 10 painéis

Banners de internet – de 8 a 12 inserções diárias

- CONSCIENTIZAÇÃO DA COVID-19 / de 01 a 30 de setembro de 2023

Objetivo – Esta campanha visa a conscientização da população sobre a necessidade das medidas preventivas para evitar a contaminação da covid-19. Tal como divulgar informações relevantes sobre a importância da vacinação.

Mídias Previstas – Jornais, Rádios, Tvs e sites de notícias

Jornais – 5 a 30 inserções coloridas nos formatos ½ página e página inteira

Rádios – 200 a 350 inserções

Tvs – 80 a 250 inserções

Banners de internet – de 8 a 12 inserções diárias.

ANEXO III

MODELO DE PROCURAÇÃO

PROCESSO Nº 31/2022 - LICITAÇÃO PÚBLICA – CONCORRÊNCIA Nº 01/2022

PROCURAÇÃO

OUTORGANTE: nome da empresa, sediada à Rua, nº, Bairro, na cidade de Estado de, devidamente inscrita no C.N.P.J. sob nº

OUTORGADO: Sr.(a), nacionalidade, estado civil, profissão, residente e domiciliado(a) à Rua, nº, Bairro, na cidade de, Estado de, portador(a) da Carteira de Identidade RG nº e do CPF nº

PODERES: Representar o outorgante perante esta Prefeitura, durante o transcorrer dos trabalhos do processo licitatório, podendo assinar todos os documentos e deliberar sobre todos os assuntos a ela pertinentes, inclusive todos os poderes necessários para receber, interpor recursos e desistir de prazos, assinar ata, assinar propostas, assinar contratos, e etc.

.....
Local e data

.....
Nome da empresa
Nome do responsável pela empresa

ANEXO IV

PROPOSTA DE PREÇO

PROCESSO Nº 31/2022 - LICITAÇÃO PÚBLICA – CONCORRÊNCIA Nº 01/2022

DADOS DO LICITANTE	
Denominação:	
Endereço:	
Bairro:	Cidade/UF:
CEP:	Fone:
CNPJ:	e-mail:

OBJETO: Contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade.

Prazo de validade da proposta: mínimo de 90 (noventa) dias corridos, contados a partir da data prevista para abertura dos envelopes documentação.

1) Declaramos que, na vigência do contrato decorrente da Concorrência nº 1/2022, promovida pela Prefeitura Municipal de Ourinhos, serão cobrados os seguintes honorários:

- a) Honorários de% (.....por cento) sobre serviços externos de produção e outros, incumbidos a terceiros, com a intermediação e sob supervisão da agência;
- b) Honorários de% (.....por cento) sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, com a intermediação e supervisão da agência;
- c) Honorários de% (..... por cento) sobre formas inovadoras de comunicação publicitária com a intermediação e supervisão da agência.
- d) Remuneração de% (.....por cento) do valor da mídia digital contratada com a intermediação da agência, nos casos em que os veículos não remunerem a agência pelo desconto de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei 4.680/65.
- e) Desconto a ser concedido à Prefeitura de Ourinhos sobre os custos internos, baseados na tabela referencial de custos internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo% (..... por cento).

2) Ficam definidos, sem estarem sujeitos à pontuação, os percentuais máximos a serem pagos pela Prefeitura:

- a) Remuneração de até 100% (cem por cento) aos Atores e modelos, sobre o cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado.
- b) Remuneração de até 100% (cem por cento) aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas às peças e campanhas publicitárias realizadas, na reutilização destas por período igual ao inicialmente pactuado.

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

4) Informamos conhecer e aceitar as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas no subitem 2.

5) Declaramos que comprometemos em envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à PREFEITURA as vantagens obtidas.

_____, ____ de _____ de 2022.

Assinatura do representante legal

Nome do representante legal: _____

RG do representante legal: _____

CPF do representante legal: _____

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

ANEXO V
(MINUTA DE CONTRATO ADMINISTRATIVO)

**CONTRATO QUE ENTRE SI CELEBRAM A
PREFEITURA MUNICIPAL DE OURINHOS E A
EMPRESA _____.**

Por este instrumento particular de **CONTRATO**, de um lado a **PREFEITURA MUNICIPAL DE OURINHOS**, Estado de São Paulo, entidade de direito público interno, inscrita no C.N.P.J. sob nº 53.415.717/0001-60, com sede à Travessa Vereador Abrahão Abujamra, nº 62, Centro, neste ato representada pelo Prefeito Municipal Sr. **LUCAS POCAY ALVES DA SILVA**, brasileiro, casado, bacharel em direito, residente e domiciliado à Rua Reverendo Manoel Alves de Brito, nº 182, Jardim Ouro Verde, nesta cidade de Ourinhos, Estado de São Paulo, portador do RG sob nº 34.723.199-8 e CPF sob nº 342.843.318-17, doravante denominada **CONTRATANTE**, e de outro lado à empresa _____, com sede na cidade de _____, Estado de _____, à Rua _____, nº _____, Bairro _____, inscrita no CNPJ sob nº _____, neste ato representada por _____ (nome completo), _____ (nacionalidade), _____ (estado civil), _____ (profissão), portador(a) da Carteira de Identidade RG nº _____ e inscrito(a) no CPF nº _____, residente e domiciliado(a) à Rua _____, nº _____, Bairro _____, na cidade de _____, Estado de _____, doravante denominada **CONTRATADA**, em obediência ao que preceituam a Lei Federal nº 12.232 de 29/04/10 e a Lei Federal nº 8.666 de 21/06/93, firmam o presente Contrato, decorrente da Licitação Pública – **Concorrência nº 1/2022 – Processo Licitatório nº 31/2022**, que é parte integrante do presente instrumento e no qual estão vinculadas as partes.

CLÁUSULA PRIMEIRA – OBJETO

1.1. O objeto da presente licitação é a contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de publicidade a serem realizados na forma de execução indireta, compreendendo:

- a) estudo, planejamento, criação, produção, distribuição, veiculação e controle de resultados de campanhas e peças publicitárias e de divulgação;
- b) elaboração e registro de marcas, expressões de propaganda, logotipos e outros elementos de identificação e fixação de programação visual;
- c) prestação de serviços relacionados, seja diretamente ou por terceiros, tais como: produção de fotolitos e arquivos digitais, impressão, produção de fotos, filmes e VT's, documentação em vídeo ou fotos das atividades referentes ao Município de Ourinhos, distribuição de material e aferição de conteúdos das matérias veiculadas nos meios de comunicação (rádio e TV, agências de notícias e *clipping* de jornais e revistas).

1.1.1. Integram também o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados que digam respeito:

- 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, observado o disposto no artigo 3º da Lei federal nº 12.232, de 29.04.2010;
- 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, com exclusão dos serviços de comunicação digital.

1.2. Os serviços previstos no subitem 1.1.1 desta Cláusula não abrangem as atividades de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas, bem assim a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.3. AS CONTRATADAS atuarão por ordem e conta do CONTRATANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei federal nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a

execução das atividades complementares de que trata o item 1.1.1, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.4. Não será permitido a CONTRATADAS subcontratar outra agência para a execução dos serviços previstos nesta Cláusula.

1.5. Os serviços de que trata esta cláusula serão prestados em conformidade com as diretrizes da Prefeitura Municipal de Ourinhos, sob a coordenação, supervisão e controle da Secretaria Municipal de Comunicação.

1.6. A Agência atuará de acordo com as solicitações da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura Municipal de Ourinhos, que expedirá ordens de serviço.

CLÁUSULA SEGUNDA – VIGÊNCIA

2.1. O presente contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura.

2.1.1. A CONTRATANTE poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, por iguais e sucessivos períodos até o prazo máximo de 60 (sessenta) meses permitido pela Lei nº 8.666/93.

2.2. A prorrogação considerará os resultados das avaliações da CONTRATADA.

CLÁUSULA TERCEIRA – DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

3.1. Os recursos financeiros para a realização, objeto desta licitação, correrão por conta das dotação, consignada no orçamento do exercício de 2022 sob o título:

Secretaria Municipal de Comunicação – 01.04.00
Administração da SM de Comunicação – 01.04.01
Outros Serv Terceiros – Pes Jurídica – 3.3.90.39.00 (Natureza da Despesa)
Manutenção da SM Comunicação – 04.122.0040.2.040 (Classificação Funcional)
Fonte de Recurso (vínculo) – 01.110.00 – Geral
Ficha Orçamentária - 95

3.2. O suporte financeiro da Prefeitura Municipal de Ourinhos para a contratação da presente licitação é oriundo de recurso Municipal.

3.3. No caso de prorrogação, as despesas correspondentes correrão à conta de dotações próprias dos respectivos exercícios.

CLÁUSULA QUARTA – DO VALOR

4.1. As despesas com o presente contrato estão estimadas em R\$ (.....).

4.2. No caso de prorrogação da avença, as despesas correspondentes correrão à conta de dotações próprias dos respectivos exercícios.

4.3. O CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

CLÁUSULA QUINTA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

5.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste Contrato ou dele decorrentes:

5.1.1. Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

5.1.2. Realizar com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de terceiros - todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE.

5.1.3. Centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE em Ourinhos, Estado de São Paulo, onde, para esse fim, manterá escritório. A seu critério, a CONTRATADA poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

5.1.4. Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este ajuste, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal ao CONTRATANTE.

5.1.5. Executar com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de serviços especializados e veículos, todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo CONTRATANTE.

5.1.6. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir ao CONTRATANTE as vantagens obtidas, observando-se o seguinte:

a) pertencem ao CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação;

b) o disposto na alínea "a" deste item 5.1.6 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18, da Lei federal nº 12.232/2010;

c) o desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido ao CONTRATANTE, caso este venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado;

d) a CONTRATADA não poderá privilegiar os planos de incentivo (Lei federal nº 12.232/2010, art. 18) em detrimento dos interesses do CONTRATANTE, seja preterindo veículos de divulgação que não os concedam, seja priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados;

e) o descumprimento ao disposto na alínea "d" deste item 5.1.6 constituirá grave violação aos deveres contratuais, submetendo à CONTRATADA infratora a processo administrativo que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato;

f) deverão ser sempre negociadas as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 10.8 e 10.10, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelo direito de autor e conexos, bem como em relação aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilização de peças publicitárias do CONTRATANTE.

5.1.7. No fornecimento de bens ou serviços especializados ao CONTRATANTE, caberá a cada CONTRATADA observar as seguintes condições:

a) fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

b) apresentar somente cotações de preços obtidas junto a fornecedores aptos a fornecer bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato, nos termos do artigo 14 da Lei federal nº 12.232/2010;

c) apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

d) exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

e) a cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

f) juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito e em atividade no CNPJ ou no CPF e nos cadastros de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

5.1.8. Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do CONTRATANTE.

5.1.9. O CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado.

5.1.10. Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão do Fiscal deste contrato.

5.1.11. Se e quando julgar conveniente, o CONTRATANTE poderá:

a) supervisionar o processo de seleção de fornecedores quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato;

b) realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

5.1.12. A CONTRATADA informará, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas na Cláusula Dez para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos;

5.1.13. As disposições dos itens 5.1.7 a 5.1.12 desta cláusula não se aplicam à compra de mídia;

5.1.14. A contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste contrato, deverá ser submetida à prévia e expressa anuência do CONTRATANTE;

5.1.15. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados de empresas que:

a) um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;

b) dirigente ou empregado da CONTRATADA executora da ordem de serviço tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

5.1.16. As despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, a veiculação ou quaisquer outras despesas relacionadas com este Contrato dependem de prévia aprovação e autorização, por escrito, do CONTRATANTE;

5.1.17. A reserva e compra de espaço ou tempo publicitário de veículos dependerá de expressa autorização por parte CONTRATANTE.

5.1.18. Deverá ser apresentado ao CONTRATANTE, para aprovação, o Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela

impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no item 11.9, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei federal nº 12.232/2010.

5.1.19. Deverá ser apresentado ao CONTRATANTE, como alternativa ao item XVIII desta Cláusula, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no item 11.9, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei federal nº 12.232/2010, observando-se:

a) o estudo de que trata o “caput” desta cláusula deve levar em conta os meios, praças e veículos habitualmente programados nos esforços de comunicação do CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA;

b) o resultado da negociação global entre as partes prevista na alínea “a” deste item vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até três (3) meses da data de assinatura deste contrato;

c) ao final do período de três (3) meses, a CONTRATADA apresentará novo estudo, que vigorará durante os próximos três (3) meses seguintes e assim sucessivamente;

d) se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no “caput” deste item, o CONTRATANTE solicitará novo estudo e, em decorrência, poderá efetuar nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

5.1.20. A CONTRATADA deverá encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo do CONTRATANTE, sem ônus para este:

a) TV e Cinema: cópias em Betacam, DVD e arquivos digitais;

b) Internet: cópias em CD;

c) Rádio: cópias em CD, com arquivos digitais;

d) Mídia impressa e material publicitário: cópias em CD, com arquivos em alta resolução, abertos e ou finalizados.

5.1.21. Quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, mantida a exigência de apresentação de cópia em Betacam com a peça de TV.

5.1.22. Compete, também, à CONTRATADA:

a) manter, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos, independentemente do disposto no item 5.1.20;

b) orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pelo CONTRATANTE.

5.1.23. O material a ser utilizado na distribuição, referido na alínea “b” do item 5.1.22 desta cláusula, só será definido após sua aprovação pelo CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no item 5.1.20.

5.1.24. A CONTRATADA deverá, ainda:

a) entregar ao CONTRATANTE, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio;

b) registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões e telefonemas relacionados ao serviço, mantidos com o CONTRATANTE, objetivando tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho das respectivas tarefas.

5.1.25. Os relatórios a que se refere a alínea “b” do item 5.1.24 desta cláusula deverão ser enviados ao CONTRATANTE no prazo máximo de 2 (dois) dias úteis após a realização do contato;

5.1.26. Constatada incorreção no registro dos assuntos tratados, o CONTRATANTE solicitará a necessária regularização, no prazo máximo de 2 (dois) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório;

5.1.27. Exigir dos eventuais fornecedores contratados, no que couber, as mesmas condições fiscais e jurídicas a que estão obrigadas pelo presente contrato, no que diz respeito à regularidade fiscal, tributária e quanto a sua regular instituição;

5.1.28. Constituem, igualmente, obrigações da CONTRATADA:

a) tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos, bem como os honorários pelos serviços realizados até a data das referidas ocorrências, desde que estas não tenham sido causadas pela própria CONTRATADA ou por fornecedores e veículos por ela contratados;

b) não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome do CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização;

c) prestar esclarecimentos ao CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam o seu nome, independentemente de solicitação;

d) não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira;

e) manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que lhe deu origem, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei federal nº 12.232/2010;

f) cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa;

g) observar e respeitar a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados;

h) responsabilizar-se por todos os tributos que forem devidos em decorrência da execução do objeto deste Contrato, pelas contribuições devidas à Seguridade Social, por encargos trabalhistas, por prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, pelos encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado;

i) responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados;

j) apresentar, quando solicitada pelo CONTRATANTE, a comprovação de estar sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais;

k) executar todos os contratos firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e o próprio CONTRATANTE;

l) manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do CONTRATANTE;

m) responder perante o CONTRATANTE e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato;

n) responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para o CONTRATANTE;

o) responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e ou contratados;

p) adotar, no caso de ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, as providências necessárias no sentido de preservação do CONTRATANTE, mantendo-o a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não logrando êxito, reembolsá-lo das importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do respectivo pagamento;

q) responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionada com os serviços objeto deste contrato;

r) manter em carteira os títulos originados pelos serviços executados, sendo vedada as suas negociações junto a estabelecimento financeiro. Se da infringência deste dispositivo advier protestos do título, a CONTRATADA obriga-se a efetuar às suas expensas o respectivo cancelamento, no prazo de 5 (cinco) dias, contados da data da emissão do correspondente instrumento cartório.

CLÁUSULA SEXTA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

6.1. Constituem obrigações da CONTRATANTE, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

6.1.1. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;

6.1.2. Comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de vinte e quatro horas úteis;

6.1.3. Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

6.1.4. Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

6.1.5. Comunicar, mediante notificação formal, as irregularidades constatadas na execução dos serviços;

6.1.6. Expedir notificação formal quando o assunto envolver penalidades, inclusive multas ou quaisquer débitos sob a responsabilidade.

6.1.7. Promover a retenção de valores relativos a tributos e contribuições que se imponha em razão de previsão legal.

6.2. A juízo do CONTRATANTE, as campanhas publicitárias, integrantes das Propostas Técnicas apresentadas na concorrência que deu origem a este contrato, poderão ser produzidas e distribuídas durante sua vigência, com ou sem modificações.

CLÁUSULA SÉTIMA – FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

7.1. A CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.

7.2. Fica nomeado como GESTOR e FISCAL do contrato o servidor Daniel da Silva Domingos para executar a fiscalização deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas, os quais terão poderes, entre outros, para expedir notificação objetivando a imediata correção das irregularidades, sem prejuízo da imposição das sanções que se mostrarem cabíveis.

7.3. O planejamento e a execução das ações de publicidade deverão ser coordenados e aprovados no âmbito da Secretaria Municipal de Comunicação.

7.4. A fiscalização, por parte do CONTRATANTE, em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços que lhes forem atribuídos na forma do item 1.5. deste instrumento.

7.5. A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância do CONTRATANTE.

7.6. A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, veiculação ou à distribuição, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para o CONTRATANTE.

7.7. A aprovação dos serviços executados pela própria CONTRATADA não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

7.8. A ausência de comunicação por parte do CONTRATANTE, referente a irregularidades ou falhas, não exonera a CONTRATADA das obrigações previstas neste contrato.

7.9. A CONTRATADA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

7.10. A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna do CONTRATANTE e/ou auditoria externa por ele indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados por meio de ordem de serviço a que alude o item 1.5. deste instrumento.

7.11. Ao CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

7.12. O CONTRATANTE avaliará bimestralmente os serviços prestados, observando-se o seguinte:

a) A avaliação será promovida pelo CONTRATANTE objetivando apurar a necessidade de correções que visem a melhorar a qualidade dos serviços prestados pela CONTRATADA; decidir sobre a prorrogação de vigência da avença ou sua rescisão; bem como fornecer, quando solicitado, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

b) Cópia do instrumento de avaliação de desempenho individual será encaminhada ao fiscal deste contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

CLÁUSULA OITAVA – DA REMUNERAÇÃO

8.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada conforme disposto nesta cláusula:

8.1.1. Ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA, com base na Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, com a concessão do desconto de% (.....por cento).

8.1.2. percentual de honorários% (.....por cento) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato,

8.1.3. percentual de honorários% (..... por cento) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;.

8.1.4. percentual de honorários% (.....) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material;

8.1.5. Percentual de remuneração% (..... por cento) incidente sobre veiculação de mídia digital intermediada pela CONTRATADA, que não proporcione à agência o desconto de agência concedido por veículos de divulgação.

8.1.6. Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

8.1.6.1. A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo e com os preços correspondentes a serem cobrados da CONTRATANTE, conforme previsto no subitem 8.1.1.

8.2. Os honorários de que tratam os subitens 8.1.2 a 8.1.4 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

8.3. Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse da CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela CONTRATANTE.

8.4. Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, deverão ser apresentados comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução da despesa e assegura seu pagamento pelo líquido, sem a incidência de honorários.

8.5. A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela CONTRATANTE, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

CLÁUSULA NONA – DO DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1. Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o artigo 11 da Lei 4.680/65.

9.2. Quando do pagamento de cada uma das faturas de veiculação, conforme previsto no item 11.1.1 a CONTRATADA repassará à CONTRATANTE, sob a forma de desconto, parte do desconto padrão de agência a que faz jus, cabendo, do valor correspondente à veiculação,% (..... por cento) à CONTRATADA e% (..... por cento) à CONTRATANTE, desde que atendidas as disposições do Anexo B das Normas-Padrão quanto à possibilidade de repasse parcial do desconto de agência, de acordo com a verba anual de mídia da CONTRATANTE.

9.2.1. O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pelos veículos de divulgação pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do artigo 19 da Lei 12.232/2010.

CLÁUSULA DEZ – DOS DIREITOS AUTORAIS

10.1. A CONTRATADA cede ao CONTRATANTE os direitos patrimoniais do autor das idéias (incluindo os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste contrato.

10.2. O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.

10.3. O CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, durante a vigência deste contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados, prepostos ou fornecedores.

10.4. A juízo do CONTRATANTE, as peças publicitárias criadas poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Poder Executivo Municipal, sem nenhum ônus para estes, não se mostrando devida, nessa hipótese, remuneração adicional ou indenização à CONTRATADA, seja de que natureza for.

10.5. Caberá a esses órgãos ou entidades de que tratam o item 10.4. desta cláusula, diretamente ou por intermédio das agências com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

10.6. Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pelo CONTRATANTE.

10.7. A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pelo CONTRATANTE em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens 10.8 e ao 10.10 desta cláusula.

10.8. Na segunda reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pelo CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo ____ % (_____ por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

10.9. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do IPC-FIPE - Índice Geral de Preços ao Consumidor, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.10. Na segunda reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pelo CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo ____ % (_____ por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

10.11. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do IPC-FIPE - Índice Geral de Preços ao Consumidor, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.12. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 10.8 e 10.10, o valor a ser pago pelo CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

10.13. Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

10.14. A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção, após os procedimentos previstos no item 5.1.7 do item 5.1. da Cláusula Quinta deste contrato.

10.15. A CONTRATADA se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores, nos casos de tomadas de imagens que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

I - a cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material ao CONTRATANTE, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 5 (cinco) anos, contado da data do pagamento do serviço, pela CONTRATADA ao fornecedor, sem que caiba ao CONTRATANTE qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

II - que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, o CONTRATANTE poderá solicitar cópia de imagens contidas no material bruto produzido, em mídia compatível com seu uso e destinação, por intermédio da CONTRATADA ou de outra empresa com que venha a manter contrato para prestação de serviços;

III - que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão referida nos incisos anteriores será considerada como já incluída no custo de produção.

10.16. O CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades do Poder Executivo Municipal, hipótese em que a CONTRATADA, destinatária da ordem de serviço a que se refere o item 1.5, ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos das peças e o submeterá previamente ao CONTRATANTE.

CLÁUSULA ONZE – LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

11.1. Para a liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pelo CONTRATANTE, a CONTRATADA deverá apresentar:

I - a correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, em letra bem legível, em nome do CONTRANTE, CNPJ nº _____, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do Banco, nome e número da Agência e número da conta;

II - a primeira via do documento fiscal do fornecedor ou do veículo;

III - os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega.

11.2. Os documentos de cobrança e demais informações necessários à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA ao CONTRATANTE, no seguinte endereço: Travessa Vereador Abrahão Abujanra, 62, Centro, Secretaria Municipal de Comunicação.

11.3. O Fiscal deste contrato somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas.

11.4. A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da CONTRATADA:

I - serviços executados pela CONTRATADA:

a) intermediação e supervisão de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

b) execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e III do subitem 11.1.

II - serviços especializados prestados por fornecedores e veiculação:

a) produção e execução técnica de peça e ou material: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

b) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

c) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

d) veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1, da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da indicação dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 11.8.

11.5. As despesas com distribuição de peças e material de não mídia executada por fornecedores de serviços especializados terão o tratamento previsto na alínea 'a' do inciso II do subitem 11.4.

11.6. Os preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o art. 15 da Lei federal nº 12.232/2010, serão conferidos pelo Fiscal deste contrato, por ocasião da apresentação do Plano de Mídia pela CONTRATADA ao CONTRATANTE.

11.7. O pagamento das despesas será efetuado no mês seguinte ao da execução dos serviços, sendo nos dias 15 (quinze), quando se tratar de utilização de veículos de divulgação e nos últimos dias úteis de cada mês os demais serviços, mediante a apresentação dos documentos indicados nos itens 11.1 e 11.4.

11.8. No tocante à veiculação, além do previsto na alínea 'd' do inciso II do subitem 11.4, a CONTRATADA incumbida dos serviços fica obrigada a apresentar, sem ônus para o CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

I - Revista: exemplar original com o anúncio; cópia de parecer ou qualquer manifestação de empresa independente de auditoria credenciada pelo Conselho Executivo de Normas Padrão – CENP, que ateste a tiragem e distribuição desse exemplar. Na falta dessa auditoria, deve ser fornecida prova de tiragem por meio de declaração/certidão emitida, sob a égide do art. 299 do Código Penal Brasileiro, pela(s) gráfica(s) responsável(eis) pela impressão da edição específica em que foi publicado o anúncio, detalhando o número de exemplares destinados à venda avulsa, assinaturas e circulação gratuita (cortesia, degustação e reparte interno), bem como cópia autenticada das notas fiscais do serviço de impressão de referida tiragem, além de declaração, redigida pelo representante legal do veículo, também sob a égide do art. 299 do Código Penal Brasileiro, informando a tiragem e a relação dos pontos de distribuição com endereço de cada um deles;

II - Jornal: exemplar original com o anúncio; cópia de parecer ou qualquer manifestação de empresa independente de auditoria, credenciada pelo Conselho Executivo de Normas Padrão – CENP, que ateste a tiragem e distribuição desse exemplar. Na falta dessa auditoria, deve ser fornecida prova de tiragem por meio de declaração/certidão emitida, sob a égide do art. 299 do Código Penal Brasileiro, pela(s) gráfica(s) responsável(eis) pela impressão da edição específica em que foi publicado o anúncio, detalhando o número de exemplares destinados à venda avulsa, assinaturas e circulação gratuita (cortesia, degustação e reparte interno), bem como cópia autenticada das notas fiscais do serviço de impressão de referida tiragem, além de declaração, redigida pelo representante legal do veículo, também sob a égide do art. 299 do Código Penal Brasileiro, informando a tiragem e a relação dos pontos de distribuição com endereço de cada um deles;

III - Demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente de auditoria, se não restar demonstrada, nos termos dos itens 5.1.7 ou 5.1.8 da Cláusula Quinta, perante o CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.

11.9. Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos itens 5.1.7 e 5.1.8 da Cláusula Quinta, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar:

I - TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação;

I.a) como alternativa ao procedimento previsto no inciso I, a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista no inciso I deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento 'composto' contenha todas as informações previstas no inciso I deste item.

I.b) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nos incisos I e I.a deste item, a CONTRATADA poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação.

II - Mídia Exterior:

II.a - Mídia Out Of Home: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

II.b - Mídia Digital Out Off Home: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar fotos por amostragem, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

II.c - Carro de Som: relatório de veiculação fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

III - Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente com o print da tela.

11.10. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos incisos I, II e III do item 11.8 serão estabelecidas formalmente pelo CONTRATANTE, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

11.11. Antes da efetivação dos pagamentos, será realizada a comprovação de regularidade da CONTRATADA.

11.12. A CONTRATADA deverá apresentar, conforme o caso, Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social - CND, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, certidões negativas de débitos expedidas pelo Estado e Município.

11.13. Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, o CONTRATANTE, a seu juízo, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

11.14. Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

11.15. No caso de eventual falta de pagamento pelo CONTRATANTE nos prazos previstos, o valor devido será corrigido monetariamente, nos termos do disposto no artigo 74 da Lei nº 6.544 de 22.11.1989;

11.16. O CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.

11.17. O CONTRATANTE não pagará nenhum compromisso assumido pela CONTRATADA que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

11.18. Os pagamentos a fornecedores e veículos por serviços prestados serão efetuados pela CONTRATADA em até 10 (dez) dias após o recebimento da ordem bancária do CONTRATANTE pela agência bancária pagadora.

11.19. A CONTRATADA informará os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada ordem bancária de pagamento emitida pelo CONTRATANTE e encaminhará relatório até o 5º dia útil com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

11.20. Os dados e formato dos controles serão definidos pelo CONTRATANTE, e os relatórios deverão conter pelos menos as seguintes informações: data do pagamento do CONTRATANTE, data do pagamento da CONTRATADA, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

11.21. O não cumprimento do disposto nos itens 11.18 e 11.19 ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado, poderá implicar na suspensão da liquidação das despesas da CONTRATADA até que seja resolvida a pendência, sem prejuízo de caracterização de inexecução contratual.

11.22. Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 11.21 o CONTRATANTE, nos termos da Cláusula Quatorze, poderá optar pela rescisão deste contrato em relação à CONTRATADA que não cumpriu com sua obrigação e/ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente ao fornecedor de serviços especializados ou ao veículo, conforme o caso.

11.23. Para preservar o direito dos fornecedores e veículos em receber com regularidade pelos serviços prestados e pela venda de tempos e ou espaços, o CONTRATANTE poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela CONTRATADA incumbida da realização dos serviços, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos, em operações bancárias concomitantes.

11.24. Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, por qualquer das CONTRATADAS, de prazos de pagamento serão de sua exclusiva responsabilidade.

11.25. O CONTRATANTE, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

11.26. Os pagamentos serão feitos por meio do Banco do Brasil S.A. ou Caixa Econômica Federal.

CLÁUSULA DOZE – DA GARANTIA

12.1. Para garantia da execução dos serviços ora pactuados, a CONTRATADA efetivou, conforme diretrizes preestabelecidas no instrumento convocatório, a garantia correspondente à R\$ _____ (_____) equivalentes a 5% (cinco por cento) do valor total deste Contrato, através da _____.

12.2. Nos termos do § 2º do artigo 56 da Lei Federal nº 8.666/1993 e suas alterações, a garantia deverá ser complementada sempre que o valor do contrato for revisto ou reajustado, nos termos contratuais, mantendo-se o percentual estabelecido no item 12.1 deste contrato.

12.3. A adjudicatária se obriga a apresentar nova garantia, conforme o caso, no prazo máximo de 48 horas, antes do seu vencimento ou da assinatura de termo aditivo que implique na elevação do valor do contrato.

12.4. Se o valor da garantia for utilizado total ou parcialmente em pagamento de qualquer obrigação, a Contratada obriga-se a fazer a respectiva reposição no prazo máximo de 10 (dez) dias, contados da data em que for notificada.

12.5. A garantia assegurará, qualquer que seja a modalidade escolhida, o pagamento de:

12.5.1. prejuízo advindo do não cumprimento do objeto do contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;

12.5.2. prejuízos causados à Contratante ou a terceiro durante a execução do contrato;

12.5.3. multas moratórias punitivas aplicadas pela Contratante à Contratada;

12.6. Não serão aceitas garantias que incluam outras isenções de responsabilidade que não as seguintes:

12.6.1. caso fortuito ou força maior;

12.6.2. descumprimento das obrigações pela Contratada decorrentes de atos ou fatos imputáveis exclusivamente à Contratante.

CLÁUSULA TREZE – DAS SANÇÕES

13.1. Pela recusa injustificada em assinar o contrato, ou em aceitar o pedido de compras e/ou instrumento equivalente, dentro do prazo estabelecido, a adjudicada sujeitar-se-á à multa de 10% (dez por cento) sobre o valor total do contrato.

13.2. A penalidade prevista no subitem anterior não se aplica às empresas remanescentes, em virtude da não aceitação da primeira convocada.

13.3. Pelo não cumprimento das condições estabelecidas no ajuste, sem a devida justificativa aceita pela Prefeitura, e sem prejuízo das demais sanções aplicáveis, a contratada ficará sujeita, a critério da Prefeitura, as seguintes penalidades:

13.3.1. Em caso de inadimplência parcial ou total, a Contratada ficará à multa de 10% (dez por cento) do valor global do contrato, sem prejuízo das demais penalidades previstas na legislação pertinente.

13.3.2. Em caso de atraso na execução dos serviços, a multa será diária e na razão de 0,5% (meio por cento) do valor global do contrato.

13.4. As multas referidas nesta cláusula 13 não impedem a aplicação de outras sanções previstas na Lei 8.666/93 e no contrato.

CLÁUSULA QUATORZE – RESCISÃO

14.1. O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos art. 77 e 78 e nas formas estabelecidas no art. 79, todos da Lei nº 8.666/93.

14.2. Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pela CONTRATANTE e comprovadamente realizadas pela CONTRATADA, previstas no presente contrato.

14.3. A inexecução, total ou parcial, do contrato ensejará a sua rescisão, com as conseqüências contratuais e as previstas na Lei Federal nº 8.666/93 e na Lei Estadual nº 6.544/89.

14.4. Na hipótese de ocorrer fusão, cisão, transformação ou incorporação da CONTRATADA em outra empresa, a CONTRATADA deverá comunicar expressamente o fato à CONTRATANTE, que decidirá pela continuidade ou pela rescisão contratual.

14.5. A CONTRATANTE poderá rescindir administrativamente o contrato nas hipóteses previstas nos incisos I a XII, XVII e XVIII do art. 78 da Lei nº 8.666/93.

14.6. Nas hipóteses de rescisão com base nos incisos I a XI e XVIII do art. 78 da Lei nº 8.666/93 não cabe à CONTRATADA direito a qualquer indenização.

14.7. A rescisão, garantida a defesa prévia, acarretará, por parte da CONTRATANTE, a retenção dos créditos decorrentes deste contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste ajuste, até a completa indenização dos danos.

CLÁUSULA QUINZE – REGIME DE EXECUÇÃO

15.1. O presente contrato será realizado em regime de pelo regime de execução indireta, devendo os serviços, objeto deste contrato, serem desenvolvidos por profissionais habilitados conforme a lei e qualificados para as atividades a que se propõem.

CLÁUSULA DEZESSEIS – DISPOSIÇÕES GERAIS

16.1. A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade e promoção que estejam de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

16.2. A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial Eletrônico do Município de Ourinhos, a sua expensas, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/93.

16.3. O presente contrato poderá ser denunciado, por qualquer das partes, após decorridos cento e oitenta dias de sua vigência, mediante aviso prévio com antecedência mínima de sessenta dias, através de correspondência protocolizada ou por intermédio do Cartório de Registro de Títulos e Documentos.

16.4. Constituem direitos e prerrogativas da CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 8.666/93, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

16.5. A administração indicará como gestor e fiscal do contrato da Secretaria Municipal de Comunicação, ao qual incumbirá o acompanhamento do contrato e da execução, devendo a este se dirigir à contratada para os fins do processamento administrativo.

CLÁUSULA DEZESSETE – DA LEGISLAÇÃO APLICÁVEL E CASOS OMISSOS

17.1. O presente contrato rege-se pela Lei Federal nº 12.232 de 29/04/10, pela Lei Federal nº 8.666 de 21/06/93 e demais normas complementares e suas disposições, que serão aplicadas aos casos omissos.

CLÁUSULA DEZOITO – FORO

18.1. As partes elegem o foro da Comarca de Ourinhos, Estado de São Paulo, que prevalecerá sobre qualquer outro, por mais privilegiado que seja, para dirimir quaisquer dúvidas oriundas do presente Contrato.

E, por estarem justos e acordados, assinam o presente contrato em três vias de igual teor e forma, juntamente com as testemunhas abaixo, de tudo cientes.

Ourinhos, ____ de _____ de 2022.

PREFEITURA MUNICIPAL DE OURINHOS

Lucas Pocay Alves da Silva
Prefeito Municipal
CONTRATANTE

EMPRESA

Responsável
Cargo
CONTRATADA

TESTEMUNHAS

Nome
CPF
Endereço

Nome
CPF
Endereço

ANEXO V-A

**TERMO DE CIÊNCIA E DE NOTIFICAÇÃO
(Contratos)**

CONTRATANTE: Prefeitura Municipal de Ourinhos

CONTRATADO: _____

CONTRATO Nº (DE ORIGEM): __/2022

OBJETO: _____

ADVOGADO / Nº OAB / e-mail: (*) Dr. Gustavo Henrique Paschoal / OAB/SP nº 220.644 /
procuradoria.ourinhos@gmail.com

Pelo presente TERMO, nós, abaixo identificados:

1. Estamos CIENTES de que:

- a) o ajuste acima referido, seus aditamentos, bem como o acompanhamento de sua execução contratual, estarão sujeitos 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 extraindo cópias das manifestações de interesse, Despachos e Decisões, mediante regular cadastramento no Sistema de Processo Eletrônico, 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) as informações pessoais dos responsáveis pela contratante estão cadastradas no módulo eletrônico do "Cadastro Corporativo TCESP – CadTCESP", nos termos previstos no Artigo 2º das Instruções nº01/2020, conforme "Declaração(ões) de Atualização Cadastral" anexa (s);
- e) é de exclusiva responsabilidade do contratado manter seus dados sempre atualizados.

2. Damo-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.

Ourinhos, __ de _____ de 2022.

AUTORIDADE MÁXIMA DO ÓRGÃO/ENTIDADE:

Nome: Lucas Pocay Alves da Silva

Cargo: Prefeito Municipal

CPF: 342.843.318-17

RESPONSÁVEL PELA HOMOLOGAÇÃO DO CERTAME:

Nome: Lucas Pocay Alves da Silva

Cargo: Prefeito Municipal

CPF: 342.843.318-17

Assinatura: _____

RESPONSÁVEIS QUE ASSINARAM O AJUSTE:

Pelo Contratante:

Nome: Lucas Pocay Alves da Silva

Cargo: Prefeito Municipal

CPF: 342.843.318-17

Assinatura: _____

Pela Contratada:

Nome: _____

Cargo: _____

CPF: _____

Assinatura: _____

ORDENADOR DE DESPESAS DA CONTRATANTE:

Nome: Zunival Fabrício de Moraes Archangelo

Cargo: Secretário Municipal de Comunicação

CPF: 401.381.218-50

Assinatura: _____

ANEXO VI
AVALIAÇÃO BIMESTRAL DE AGÊNCIA

Agência avaliada	
Início da vigência do contrato	
Unidade gestora da publicidade	
Titular da unidade	
Nome e cargo do avaliador	
Assinatura do avaliador	
Endosso do titular	
Data da avaliação	
Outros participantes	
Próxima avaliação prevista para	

I - Aspectos estratégicos

1. Entendimento dos problemas de comunicação do cliente. Conhecimento da problemática do anunciante, de sua inserção social e mercadológica, seus pontos fortes e fracos.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

2. Uso de pesquisa para conhecimento dos segmentos dos públicos mais importantes no relacionamento publicitário do cliente; conhecimento de seus valores, atitudes, comportamentos e de seu modo de interagir com o cliente; conhecimento das expectativas do público-alvo em relação ao cliente.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

3. Capacidade de identificar alternativas de abordagem publicitária e acuidade na escolha da melhor dentro as cogitadas. Conhecimento e análise das ações de comunicação realizadas pela concorrência ou por defensores de pontos de vista diversos ou contrários. Acompanhamento, por iniciativa e conta próprias, e utilização de pesquisas relacionadas com a área de atuação do cliente.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

4. Visão estratégica: capacidade de articular conhecimentos sobre o cliente, os públicos, a comunicação concorrente ou adversa, os objetivos do cliente e as verbas disponíveis. Avaliação de campanhas realizadas e aproveitamento dos resultados em trabalhos subsequentes

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

5. Disponibilidade dos profissionais de planejamento e pesquisa para discutir problemas com os técnicos do cliente.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

II - Criação

1. Respeito ao público, à sua cultura e aos seus valores.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

2. Pertinência, originalidade e simplicidade das idéias criativas.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

3. Acerto das soluções propostas para os problemas apresentados; adequação ao *briefing*.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

4. Engenhosidade na concepção das peças; capacidade de produzir surpresa e encanto, quando necessário.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

5. Consistência da estratégia e dos partidos de criação propostos com os objetivos institucionais do cliente; respeito à personalidade institucional do cliente e à sua identidade visual.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

6. Objetividade. A criação está realmente a serviço do cliente, e não da promoção da capacidade criativa da agência.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

7. Conhecimento do setor e das ações de comunicação concorrentes ou adversas, revelado ou implícito nas soluções apresentadas.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

8. Manutenção de bons padrões de acabamento, amadurecimento das idéias e correção das informações nas peças apresentadas para exame e aprovação (layouts, textos, roteiros, storyboards).

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

9. Domínio de novos materiais, novas técnicas de produção e linguagens; atualização constante.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

10. Rapidez.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

11. Integração com o atendimento e o planejamento

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

12. Acesso dos representantes do cliente ao pessoal de criação.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

III – Produção

1. Qualidade artística e artesanal. Competência para preservar e incrementar a qualidade de textos, roteiros, layouts e originais em geral. Acabamento.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

2. Adequação, propriedade. Integração com o atendimento.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

3. Capacidade de cumprir prazos, sem sacrifício da qualidade.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

4. Prática de custos compatíveis com os de mercado, especialmente em comparação com o setor privado. Rapidez na apresentação de estimativas de custos.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

5. Capacidade de buscar soluções de produção que reduzam custos. Planejamento visando à economia na utilização dos materiais produzidos.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

6. Domínio de novas técnicas, processos e materiais. Atualização.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

7. Cumprimento de compromissos assumidos por ocasião da licitação

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

IV - Mídia: planejamento e pesquisa

1. Acompanhamento regular, por meio de estudos e pesquisas, da evolução dos hábitos de consumo de comunicação do público em geral e, em especial, dos segmentos mais importantes para a comunicação do cliente.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

2. Iniciativa na prospecção de novos meios.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

3. Capacidade de formular raciocínio estratégico em mídia.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

4. Competência para simular alternativas de mix de mídia e indicar a melhor cobertura do público-alvo, à vista dos objetivos e recursos do cliente.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

V - Compra e acompanhamento de mídia

1. Competência negocial para obter boas colocações nas inserções, oportunidades especiais, descontos sobre preços de tabelas, bonificações, reaplicações, prazos de pagamento – em benefício do cliente.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

2. Discrição.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

3. Entrosamento com o atendimento. Rapidez e forma de apresentação dos planos de mídia.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

4. Agilidade para propor reformulações do plano ou da programação diante de alterações de conjuntura.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

5. Compatibilidade da execução da compra com a verba designada pelo cliente.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

6. Capacidade de conseguir compensações por falha do veículo (tais como truncamento da inserção, defeito de impressão), inclusive colocações inaceitáveis.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

7. Sistemática de checagem das veiculações em todos os meios; confiabilidade dos instrumentos de aferição empregados na checagem.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

8. Atendimento aos veículos de comunicação e divulgação e encaminhamento de propostas formuladas por esses ao cliente.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

VI - Metas

1. Atingimento de metas e objetivos institucionais e mercadológicos, comprovado em pesquisas de campo e definidos pelo cliente.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

VII - Grupo de atendimento

1. Conhecimento do cliente e das ações de comunicação concorrentes ou adversas.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

2. Disponibilidade. Pontualidade. Rapidez e tempestividade. Eficácia da sistemática de registro de reuniões/visitas/telefonemas e no acompanhamento de pendências.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

3. Objetividade e racionalidade. Interesse e disponibilidade para debater e considerar opiniões diversas das da agência. Honestidade e franqueza na defesa de trabalhos e opiniões.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

4. Capacidade de manter o trabalho da agência dentro do planejamento estratégico.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

5. Entrosamento com todas as áreas da agência. Capacidade de relacionar-se positivamente com o pessoal das áreas-fim do cliente.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

6. Rapidez na correção de falhas de procedimento apontadas. Capacidade de manter padrão de qualidade adequado nos materiais trazidos para aprovação (materiais bem elaborados e amadurecidos no âmbito da agência, quanto à forma e ao conteúdo).

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

7. Confiabilidade. Capacidade e disposição.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

VIII - Administração e finanças

1. Organização.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

2. Correção dos dados e documentos.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

3. Rapidez e forma de apresentação de faturas.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

4. Administração de pagamentos. Segurança e rapidez nos pagamentos a terceiros, por conta do cliente.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

IX - Serviços especiais

1. Disponibilização regular de:

- Pesquisas sobre hábitos de consumo de comunicação;
- Levantamento de investimentos publicitários da concorrência;
- Serviços de clipping;
- Coletânea de campanhas e peças sobre temas correlatos;
- Textos atuais sobre tendências e inovações em comunicação e marketing;
- Palestras sobre temas de interesse profissional;
- Vagas em eventos relacionados à atividade-fim do cliente e à área de comunicação e marketing.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

X - Atendimento global

1. Participação e envolvimento dos dirigentes da agência.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

2. Capacidade de atuar decisivamente e fornecer resultados de qualidade.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

3. Qualificação do conjunto de profissionais alocados ao atendimento da conta, em todas as áreas da agência. Observância da prática de consultar o cliente antes da substituição de profissionais alocados a seu atendimento.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

4. Rapidez e pontualidade das soluções para os problemas apresentados.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

5. Estrutura, na cidade sede do cliente, compatível com as necessidades deste.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

6. Cumprimento dos compromissos assumidos por ocasião da licitação, inclusive os relacionados a custos.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

7. Envolvimento global com os problemas e necessidades do cliente.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

RESULTADOS

Item	Descrição	Pontuação
I	Aspectos estratégicos	
II	Criação	
III	Produção	
IV	Mídia: planejamento e pesquisa	
V	Compra e acompanhamento de mídia	
VI	Metas	
VII	Grupo de atendimento	
VIII	Administração e finanças	
IX	Serviços especiais	
X	Atendimento global	
Total Geral		

TABELA DE AVALIAÇÃO

	Nível	
I	Excelente	540 a 560 pontos
II	Muito bom	512 a 539 pontos
III	Bom	448 a 511 pontos
IV	Médio	384 a 447 pontos
V	Razoável	326 a 383 pontos
VI	Inaceitável	Até 325 pontos

COMENTÁRIOS

[illegible]

ANEXO VII

**DECLARAÇÃO ASSEGURANDO A INEXISTÊNCIA DE IMPEDIMENTO LEGAL
PARA LICITAR OU CONTRATAR COM A ADMINISTRAÇÃO**

PROCESSO Nº 31/2022 - LICITAÇÃO PÚBLICA – CONCORRÊNCIA Nº 01/2022

....., inscrita no CNPJ nº, com sede na cidade de, Estado de, à Rua, nº, Bairro, por intermédio de seu representante legal o(a) Sr. (a), nacionalidade, estado civil, profissão, endereço, portador(a) da Carteira de Identidade nº e do CPF nº, **DECLARA**, para os devidos fins que nunca sofreram penalidades administrativas aplicadas por órgãos da administração pública (art. 6º, inciso XI, da Lei 8.666/93) previstas nos artigos 87, incisos III e IV da lei 8.666/93 e que nunca tiveram seus contratos firmados com órgãos da administração pública, rescindidos com fulcros no artigo 78, incisos I e IV.

Por ser expressão da verdade, firma a presente para que produza os efeitos legais a que se destina.

.....
(Local e data)

.....
(representante legal)

ANEXO VIII

DECLARAÇÃO DE MICROEMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE

PROCESSO Nº 31/2022 - LICITAÇÃO PÚBLICA – CONCORRÊNCIA Nº 01/2022

A empresa _____, inscrita no CNPJ sob nº _____, com sede na cidade de _____, Estado de _____, à Rua _____, nº _____, Bairro _____, por intermédio de seu representante legal o(a) Sr.(a) _____, portador(a) da Carteira de Identidade nº _____ e inscrito(a) no CPF nº _____, **DECLARA**, sob as penas da lei, sem prejuízo das sanções e multas previstas no ato convocatório, que é considerada (____) microempresa ou (____) empresa de pequeno porte, nos termos do enquadramento previsto nos incisos I e II e §§ 1º e 2º, bem como não possui qualquer dos impedimentos previstos nos §§ 4º e seguintes todos do artigo 3º da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, alterada pela Lei Complementar nº 147, de 07 de agosto de 2014, cujos termos declaro conhecer na íntegra, estando apta, portanto, a exercer o direito de preferência como critério de desempate e comprovar a regularidade fiscal nos termos previstos nos artigos 42 a 45 da referida lei complementar, no procedimento licitatório da **Concorrência nº 01/2022**, realizado pela Prefeitura Municipal de Ourinhos.

OBS.: Assinalar com um “x” a condição da empresa.

_____, ____ de _____ de 2022.

Assinatura do representante legal

ANEXO IX

**MODELO DE DECLARAÇÃO DE QUE A PROPONENTE SUJEITA-SE INCONDICIONALMENTE A
TODOS OS REQUISITOS E EXIGÊNCIAS DESTES EDITAIS**

PROCESSO Nº 31/2022 - LICITAÇÃO PÚBLICA – CONCORRÊNCIA Nº 01/2022

....., inscrita no CNPJ nº, com sede na cidade de, Estado de, à Rua, nº, Bairro, por intermédio de seu representante legal o(a) Sr. (a), nacionalidade, estado civil, profissão, endereço, portador(a) da Carteira de Identidade nº e do CPF nº, **DECLARA**, para os devidos fins que sujeita-se incondicionalmente a todos os requisitos e exigências deste Edital.

Por ser expressão da verdade, firma a presente para que produza os efeitos legais a que se destina.

.....
(Local e data)

.....
(representante legal)

ANEXO X

**DECLARAÇÃO DE ACEITAÇÃO NOS TERMOS DO PARÁGRAFO 1º DO ARTIGO 65 DA LEI
FEDERAL Nº 8.666/93 E SUAS ALTERAÇÕES POSTERIORES**

PROCESSO Nº 31/2022 - LICITAÇÃO PÚBLICA – CONCORRÊNCIA Nº 01/2022

....., inscrita no CNPJ nº, com sede na cidade de, Estado de, à Rua, nº, Bairro, por intermédio de seu representante legal o(a) Sr. (a), nacionalidade, estado civil, profissão, endereço, portador(a) da Carteira de Identidade nº e do CPF nº, **DECLARA** nos termos do parágrafo 1º do artigo 65 da Lei Federal nº 8.666/93 e suas alterações posteriores, que se obriga a aceitar nas mesmas condições de sua proposta os acréscimos ou supressões de até 25% (vinte e cinco por cento) do valor total da proposta.

Por ser expressão da verdade, firma a presente para que produza os efeitos legais a que se destina.

.....
(Local e data)

.....
(representante legal)

ANEXO XI

RECIBO DE RETIRADA DE EDITAL PELA INTERNET

CONCORRÊNCIA Nº 01/2022

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 31/2022

Denominação:

CNPJ:

Endereço:

e-mail:

Cidade:

Estado:

Telefone:

Obtivemos, através do acesso à página www.ourinhos.sp.gov.br, cópia do instrumento convocatório da licitação acima identificada.

Local: _____, em ____ de _____ de 2022.

Nome: _____

Senhor Licitante,

Visando à comunicação futura entre esta Prefeitura Municipal e sua empresa, solicitamos a Vossa Senhoria preencher o recibo de retirada do Edital e remetê-lo à Gerência de Licitação e Compras, pelo e-mail licitacoes@ourinhos.sp.gov.br ou licitacao.pmo@gmail.com.

A não remessa do recibo exige a Prefeitura Municipal de Ourinhos da comunicação, por meio de fax ou e-mail, de eventuais esclarecimentos e retificações ocorridas no instrumento convocatório, bem como de quaisquer informações adicionais, não cabendo posteriormente qualquer reclamação.

Recomendamos, ainda, consultas à referida página para eventuais comunicações e ou esclarecimentos disponibilizados acerca do processo licitatório.