EDITAL N° 001/2022

MODALIDADE: CONCORRÊNCIA

TIPO: TÉCNICA E PREÇO

SESCOOP/SP – SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM DO COOPERATIVISMO NO ESTADO DE SÃO PAULO.

PREÂMBULO

Este Edital é regido pelo Regulamento de Licitações e Contratos do SESCOOP (Resolução n.º 1990/2022 de 22 de fevereiro de 2022), e legislação pertinente, no que couber.

A **Comissão de Licitação do SESCOOP/SP**, designada pela Portaria nº 002/2022, de 03 de janeiro de 2022, torna público que irá realizar Licitação na modalidade de **CONCORRÊNCIA**, do tipo **"Técnica e Preço"**, conforme descrito neste Edital e seus anexos e de acordo com a (Resolução n.º 1990/2022 de 22 de fevereiro de 2022) e suas alterações posteriores.

O Edital deverá considerar também os termos da Lei nº 4.680, de 18.06.65, que dispõe sobre o exercício da profissão de publicitário e de agenciador de propaganda; do Decreto nº 57.690, de 01/02/66, que regulamenta a referida Lei, com alterações inseridas pelo Decreto n.º 4.563, de 31/12/2002.

ABERTURA DA SESSÃO PÚBLICA

DATA: 18/08/2022

Protocolo dos envelopes: até às 9:00 horas

Início do certame: 09:30 horas

LOCAL: RUA TREZE DE MAIO, 1376 – BELA VISTA - SÃO PAULO/SP – 01327-002.

1. DO OBJETO

1.1 Contratação de 1 (uma) empresa especializada em publicidade e propaganda para prestar serviços, sob demanda, ao Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo no Estado de São Paulo (SESCOOP/SP), pelo período de 12 (doze) meses, incluindo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa de produtos de comunicação e publicidade, planejamento e execução de ações de marketing, endomarketing e de divulgação institucional, monitoramento de imagem na mídia em geral e redes sociais, compra de mídia, distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços, difundir ideias ou informar o público em geral, dentre outros, conforme condições e especificações constantes no Termo de Referência e nos demais documentos inerentes à referida contratação.

2. DAS CONDIÇÕES GERAIS DE PARTICIPAÇÃO

2.1. Poderão participar deste certame quaisquer licitantes que comprovem possuir os requisitos mínimos de qualificação exigidos no capítulo **DA HABILITAÇÃO**, e que tenha especificada, como objeto social da empresa, expresso no estatuto ou contrato social, atividade compatível com o objeto desta licitação.

2.2. Com isto, tão somente cabe a participação, neste certame, de pessoas jurídicas que satisfaçam a definição de "**agência de publicidade/propaganda**", nos termos da Lei nº. 4.680/1965, cujas atividades estejam descritas, no objeto social de seu ato constitutivo, em conformidade com o art. 6º do Decreto nº. 57.690/1966.

2.3. Estarão impedidas de participar desta Licitação empresas que:

a) Estejam sob decretação de falência, dissolução ou liquidação.

b) Tenham sido sancionadas com a pena de suspensão do direito de licitar ou contratar com o SESCOOP - Unidade Nacional e Unidades Estaduais, durante o prazo da sanção aplicada.

c) Empregados ou dirigentes ou Conselheiros do SESCOOP/SP;

d) Empresas que tenham entre seus dirigentes, gerentes, sócios e/ou responsáveis técnicos empregados, conselheiros, membro titular ou suplente da **CPL do SESCOOP/SP**;

e) Autor do Projeto Básico ou Termo de Referência;

f) Empresas que, simultaneamente, sejam pessoa jurídica do mesmo grupo econômico, sociedades coligadas, controladoras, suas respectivas controladas; ou ainda, tenham em seu Quadro Social de Administradores Pessoa Física ou Pessoa Jurídica em Comum, tendo sido evidenciada a possível frustração aos princípios regentes da licitação;

g) Empresas inscritas no **Cadastro Nacional de Empresa Inidôneas e Suspensas – CEIS** (www.portaldatransparencia.gov.br/ceis).

h) Estejam constituídas sob a forma de Consórcio.

i) Empresas estrangeiras que não funcionam no país;

j) Pessoas físicas.

2.4. Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar seus envelopes por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros, conforme previsto no item 4 e de forma que eles estejam em poder da comissão por ocasião do início da sessão.

3. DO CREDENCIAMENTO

3.1. Para se manifestarem nas fases do procedimento licitatório, as participantes poderão credenciar um representante, **INSTRUMENTO PÚBLICO OU PARTICULAR DE PROCURAÇÃO OU AINDA CARTA DE CREDENCIAMENTO (ANEXO II),** com reconhecimento de firma em cartório ou nos termos do item 5.2.1.9, dispensada a exigência quando presente o representante legal da mesma, assim comprovado mediante apresentação do ato constitutivo.

3.1.1. No(s) Instrumento(s) jurídico(s) descrito(s) acima deverá(ão) constar poderes expressos para a parte praticar todos os atos pertinentes ao certame em andamento;

3.1.2. No caso de procuração, o documento deverá estar vigente e com prazo de validade;

3.1.3. No caso de o representante da licitante (pessoa jurídica) ser preposto, para efeito de credenciamento, esse deverá apresentar, além da procuração, e do seu documento de identificação pessoal, cópia do estatuto social ou documento similar, de modo a restar comprovado que a outorga de poderes lhe foi feita por pessoa/ente devidamente legitimado(a)".

3.2. Nenhum interessado poderá participar da presente licitação **representando mais de uma Licitante, assim como nenhum licitante poderá participar do certame com mais de uma proposta de preços.**

3.3. O não credenciamento do representante impedirá qualquer pessoa presente de se manifestar e responder pela Licitante, sem prejuízo do direito de oferecimento dos documentos de habilitação e proposta.

3.4. Na impossibilidade de comparecimento do credenciado na sessão subsequente do certame, previamente ao início da sessão, o novo representante da licitante deverá informar para CPL e formalizar a substituição mediante entrega dos documentos elencados no item 3.1.deste Edital, o que deverá ser consignado em ata.

3.5. Para que seja possível o credenciamento, os documentos de que trata o subitem 3.1 acompanharão, externamente, os envelopes entregues pela empresa.

3.6. A falta de apresentação dos documentos exigidos nos subitens anteriores, ou a sua incorreção, impedirá o representante legal de se manifestar e responder pela Licitante em quaisquer umas das fases do procedimento licitatório.

3.7. Os documentos necessários ao credenciamento e a habilitação poderão ser apresentados em original, cópia autenticada por tabelião de notas, ou, por membro da Comissão de Licitação, mediante apresentação do documento original ou publicação em órgão da imprensa oficial. Somente serão aceitos para confronto os documentos originais e suas respectivas cópias, desde que estejam em perfeitas condições de legibilidade e entendimento.

3.8. A comissão de licitação poderá, em qualquer etapa desta licitação, realizar diligência para verificar a autenticidade da documentação.

3.9. A Comissão de Licitação convocará cada licitante presente na sessão e receberá a documentação referente ao seu credenciamento, além dos envelopes exigidos neste edital.

3.10. Conforme disposto na Portaria CGU de nº 516, de 15 de março de 2010, que instituiu o Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), a Presidente da CPL fará a consulta prévia, via internet, por meio do link https://www.portaltransparencia.gov.br/sancoes/ceis?ordenarPor=nome&direcao=asc.

3.11. Caso a empresa possua restrição estará automaticamente vedada a sua participação na licitação, conforme letra “g” do item 2.3, deste edital.

3.12. Os envelopes para participação neste certame serão recebidos pela comissão de licitação até a conclusão da etapa de credenciamento dos licitantes presentes e, após finalizada esta etapa, o presidente da comissão de licitação fará constar em ata que, a partir daquele momento, não serão mais aceitos envelopes para a participação nesta concorrência.

4. DA ENTREGA DOS ENVELOPES

4.1. No dia, horário e local fixados no Edital, cada licitante deverá apresentar à Comissão de Licitação o credenciamento (conforme previsto no item 3), os documentos e as propostas em envelopes separados, fechados e rubricados no fecho (**com exceção do envelope “A”, que deverá ser entregue pelas licitantes sem nenhuma identificação)**, contendo em sua parte externa e frontal, em caracteres destacados, os seguintes dizeres:

ENVELOPE "A"

PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO IDENTIFICADA

(O envelope será padronizado e fornecido pelo SESCOOP/SP, conforme previsto no item 4.5.1, e deverá ser entregue pela licitante SEM lacre e SEM qualquer identificação).

ENVELOPE "C"

PROPOSTA TÉCNICA

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM DO COOPERATIVISMO NO ESTADO DE SÃO PAULO – SESCOOP/SP

CONCORRÊNCIA Nº. 001/2022

Razão Social da licitante

CNPJ da licitante

ENVELOPE "D"

PROPOSTA DE PREÇOS –

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM DO COOPERATIVISMO – SESCOOP/SP

CONCORRÊNCIA Nº. 001/2022

Razão Social da licitante

CNPJ da licitante

ENVELOPE "E"

DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM DO COOPERATIVISMO – SESCOOP/SP

CONCORRÊNCIA Nº. 001/2022

Razão Social da licitante

CNPJ da licitante

4.2. Não serão aceitos envelopes abertos ou sem a devida identificação e rubrica, quando ela for exigida. A exceção a essa regra é a **PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA OU SEM IDENTIFICAÇÃO (Envelope "A"),** cujo invólucro será fornecido pelo SESCOOP/SP e não poderá conter qualquer identificação da licitante.

4.3. O **ENVELOPE "A"** será fornecido pelo **SESCOOP/SP**, sendo que cada licitante deverá providenciar os demais envelopes necessários para participar do certame, os quais poderão ser constituídos de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

4.4. Os envelopes deverão ser rubricados por todos os integrantes da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes credenciados das licitantes. À critério da Comissão, e com a concordância dos representantes presentes, poderão ser nomeados alguns deles para verificação e rubrica dessa documentação.

4.5. Em relação a cada um dos envelopes e seus respectivos conteúdos, as licitantes deverão acatar as seguintes determinações:

ENVELOPE "A"

4.5.1.1. No envelope "A" deverá estar acondicionada a **VIA NÃO IDENTIFICADA (APÓCRIFA) DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA,** composto por Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia, acompanhado das peças criadas.

4.5.1.2. O envelope A será fornecido pelo SESCOOP/SP e **NÃO** poderá ter qualquer identificação externa aposta pela licitante, sob pena de desclassificação.

4.5.1.3. O envelope A deverá ser retirado pela interessada, por meio de seu **representante legal**, a partir da data de publicação do edital até 3 (três) dias úteis anteriores a data da realização do certame, junto à Comissão de Licitação do SESCOOP/SP, RUA TREZE DE MAIO, 1376 – BELA VISTA - SÃO PAULO/SP – 01327-002, mediante agendamento prévio pelo e-mail cpl@sescoopsp.coop.br. O agendamento prévio deve ser feito com, no mínimo, 24h de antecedência, sendo necessário o preenchimento de recibo/declaração contendo o nome da empresa, CNPJ, endereço, contato, telefone e e-mail quando da retirada do envelope.

4.5.1.4. Pelas características das planilhas e gráficos, em especial relacionados à mídia, as licitantes podem apresentá-los, quando pertinente, nos padrões dos programas que usualmente utilizam.

4.5.1.5. O envelope "A" deverá ser entregue pela licitante na primeira sessão pública **SEM** lacre, sendo que este invólucro será lacrado pela Comissão de Licitação, conforme procedimentos formais.

4.5.1.6. Havendo qualquer sinal de identificação no Envelope "A" que possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão desclassificará a licitante e ficará com todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase, **fato**

que será registrado em ata. Dessa forma, o envelope "A" **NÃO** poderá ter qualquer identificação externa aposta pela licitante, inclusive marca, sinal, etiqueta ou outro elemento, assim como não poderá conter em seu conteúdo qualquer sinal que possibilite a identificação da licitante, sob pena de desclassificação.

ENVELOPE "B"

4.5.1.7. No envelope "B" deverá estar acondicionada a **VIA IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**, com conteúdo idêntico ao do envelope A, mas com a devida identificação da licitante, sendo composto por Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia, **SEM** a inclusão das peças da Ideia Criativa.

4.5.1.8. O envelope B deverá ser entregue fechado e rubricado no fecho, identificado externamente conforme orientado no item 4.1 deste edital.

ENVELOPE "C"

4.5.1.9. No envelope "C" devem estar os documentos de comprovação da **CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO**.

4.5.1.10. O envelope C deverá ser entregue fechado e rubricado no fecho, identificado externamente conforme orientado no item 4.1 deste documento.

4.5.1.11. O envelope C e o seu conteúdo não poderão conter qualquer informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste na via apócrifa do Plano de Comunicação Publicitária que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope "B".

ENVELOPE "D"

4.5.1.12. O envelope "D" deve conter a **PROPOSTA DE PREÇOS**, com informações sobre a remuneração proposta pelos serviços a serem prestados, bem como declaração de que não repassará ao SESCOOP/SP tributos ou outros encargos, além de declaração sobre como tratará os direitos autorais e patrimoniais pertinentes à execução do contrato.

4.5.1.13. O envelope D deverá ser entregue fechado e rubricado no fecho, identificado externamente conforme orientado no item 4.1 deste documento.

ENVELOPE "E"

4.5.1.14. O envelope "E" deve conter os documentos de **HABILITAÇÃO** da licitante relativos à **Habilitação Jurídica**, **Qualificação Técnica**, **Qualificação Econômico-Financeira** e **Regularidade Fiscal**, conforme dispõe o Artigo 12 do Regulamento de Licitações e Contratos do SESCOOP (Resolução n.º 1990/2022 de 22 de fevereiro de 2022) e previsto no item 7 deste edital.

4.5.1.15. O envelope E deverá ser entregue fechado e rubricado no fecho, identificado externamente conforme orientado no item 4.1 deste documento.

4.5.1.16. Durante o curso do certame, a licitante **deverá manter suas condições de habilitação**. Se no decurso de tempo entre a 1ª e a última sessão alguma certidão venha a ter a sua validade expirada, a Comissão de Licitação, oportunamente, verificará sítios oficiais para diligenciar a condição da licitante e/ou fará diligência junto aos licitantes.

4.6. Para preservar o sigilo das propostas apócrifas, NÃO serão recebidos quaisquer envelopes encaminhados por via postal, nem documentos apresentados por meio de disco magnético ou cópias em fax, mesmo autenticadas. Também não será aceita a entrega em local diferente do endereço indicado no Edital.

DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA (ENVELOPES A, B, C)

5.1. A proposta técnica será apresentada em três invólucros distintos, representados pelos envelopes A, B e C, respectivamente: a Via **Não** Identificada do Plano de Comunicação Publicitária, a Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária e a Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

5.2. A Proposta Técnica consistirá em um conjunto de textos e anexos, conforme detalhamento a seguir:

5.2.1. Especificações gerais sobre formato

5.2.1.1. Os conteúdos dos três envelopes referentes à proposta técnica deverão ser apresentados em fonte Arial, corpo 12, na cor preta, com alinhamento justificado, espaçamento normal entre caracteres, espaçamento entre as linhas de 1,5, espaçamento entre parágrafos de 12 pontos (antes e depois), espaçamento duplo antes e depois de títulos e de entretítulos, formato A4, numeração em algarismo arábico centralizada na parte inferior e margens da página em configuração normal com as seguintes medidas: superior: 3 cm, inferior: 2,5 cm, esquerda: 3 cm, direita: 2,5 cm.

5.2.1.2. Todas as folhas dos conteúdos dos envelopes A, B, C, D e E deverão ser entregues em ordem sequencial, com numeração de página. Tal medida visa salvaguardar os interesses dos participantes quanto ao aspecto de segurança e transparência do processo licitatório. O não atendimento ao solicitado implicará a perda do direito a futuras reclamações.

5.2.1.3. Sobre encadernação dos conteúdos, o caderno do envelope A deverá ser encadernado em espiral na cor preta, capa transparente e contracapa na cor preta; e na encadernação dos conteúdos dos envelopes B e C poderá ser usada capa e contracapa da licitante, em formato A-4.

5.2.1.4. Para o Plano de Comunicação Publicitária, constante nos envelopes A e B, os textos, no total de cada invólucro, não poderão exceder a 12 (doze) laudas. Neste limite não serão contabilizadas as peças da ideia criativa.

5.2.1.5. Informações e comprovações que, por força editalícia, tenham que ser fornecidas por terceiros, como declarações e atestados, serão pontuadas não pelo seu formato, mas pelo conteúdo.

5.2.1.6. Para a Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos (Envelope C), o caderno de textos e documentos não poderá exceder 100 (cem) laudas.

5.2.1.7. Nos casos em que for permitido, a apresentação de conteúdo impresso em formato A3 será computada como duas páginas.

5.2.1.8. Qualquer informação que extrapole a quantidade de laudas permitida será desconsiderada, podendo resultar em perda de pontuação caso comprometa a conclusão textual ou a compreensão do conteúdo.

5.2.1.9. As assinaturas de terceiros em declarações e atestados poderão ser apostas de próprio punho ou por meio de certificados digitais gerados por Autoridades Certificadoras reconhecidas pelo ICP-Brasil, conforme instituído na Medida Provisória nº 2.200-2 de 24 de agosto de 2001. As assinaturas de representante legal da licitante, quando solicitadas, deverão ser apostas sempre de próprio punho nos documentos pertinentes.

5.2.2. Especificações da Proposta Técnica Apócrifa (ENVELOPE A)

5.2.2.1. O envelope destinado à **PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA – Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária** será padronizado e fornecido previamente pelo SESCOOP/SP, conforme descrito neste termo de referência.

5.2.2.2. A **Proposta Técnica Apócrifa** deverá ser apresentada sem a identificação da empresa proponente. Portanto, é vedada a aposição, no **Envelope "A"** e em todo o seu conteúdo, de marca, sinal ou outro elemento que possibilite identificar a licitante, inclusive etiquetas e lacres, sob pena de desclassificação.

5.2.2.3. A numeração de páginas do Envelope "A" (Proposta Apócrifa) não poderá ser manuscrita, sob pena de aposição de elemento capaz de identificar a licitante.

5.2.2.4. O **Envelope "A" – "PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA"** deverá conter o **Plano de Comunicação Publicitária, composto por Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária**, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e respectivos anexos.

5.2.2.5. Para efeito de avaliação nesta fase, as licitantes deverão apresentar uma campanha publicitária simulada sobre o tema hipotético apresentado no *briefing*, documento que é parte integrante do Edital.

5.2.3. Especificações sobre o Plano de Comunicação Publicitária (Envelopes A e B)

5.2.3.1. O Plano de Comunicação Publicitária versará sobre os seguintes quesitos:

5.2.3.1.1. **RACIOCÍNIO BÁSICO:** sob a forma de texto, a licitante deverá apresentar um diagnóstico das necessidades de comunicação social publicitária do SESCOOP/SP, evidenciando a sua compreensão sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;

5.2.3.1.2. **ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA:** sob a forma de texto, a licitante deverá indicar e defender a estratégia publicitária escolhida para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejados pelo SESCOOP/SP. Espera-se que a empresa apresente e defenda um conceito de comunicação que permeará toda a estratégia publicitária proposta, compreendendo:

a) Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com o 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 quais os meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas que propõe utilizar.

5.2.4. **IDEIA CRIATIVA:** exclusivamente sob a forma de peças publicitárias, a licitante apresentará campanha publicitária com a sua resposta criativa aos desafios e metas por ela explicitados na estratégia de comunicação social publicitária.

a) Apresentar relação de todas as peças e/ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária. É vedada, para esse item, a apresentação de texto que explique a ideia criativa, suas peças, ou defenda as escolhas da agência. O proponente deve apenas apresentar uma lista simples com a especificação de cada peça e/ou material e sua função tática.

b) Da relação de peças apresentadas, a agência licitante deverá 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. As peças de Ideia Criativa a serem apresentadas pela agência licitante serão limitadas a 10 (dez), incluindo storyboard, sendo vedada a apresentação de "monstros" (de áudio e/ou vídeo).

c) As peças apresentadas no item Ideia Criativa deverão ser afixadas sobre papel cartão na cor preta (gramatura a partir de 200 g/m²).

d) A quantidade de imagens, bem como o tamanho das impressões e das pranchas em papel cartão, poderão ser livremente definidos pelas agências, desde que todo o conteúdo caiba no envelope padrão, formato A2 – a ser disponibilizado pelo SESCOOP/SP –, sem danificar o invólucro nem as peças.

e) A apresentação de texto explicativo, nesse quesito, significará a desclassificação da empresa licitante.

5.2.5. **ESTRATÉGIA DE MÍDIA:** sob a forma de texto, tabelas, gráficos e/ou planilhas, o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas de mídia recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação social publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada neste edital. A licitante apresentará também simulação de plano de distribuição, no qual identificará todas as peças e ou materiais destinados à veiculação, exposição ou distribuição. Todas as peças e material que integrarem a relação prevista na Ideia Criativa deverão constar dessa simulação, contendo um resumo geral com informações no mínimo sobre:

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.

Nessa simulação:

1. Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

2. Deve ser desconsiderado o repasse de desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

3. Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

4. Portanto, quando da elaboração da simulação do plano de mídia, bem como em qualquer outro custo apresentado na proposta técnica, as licitantes deverão utilizar os valores cheios das tabelas adequadas ao serviço em questão, sem considerar quaisquer percentuais de descontos possíveis nas respectivas propostas de preço.

5.2.6. A licitante deverá apresentar os seguintes anexos do Plano de Comunicação Publicitária, os quais não serão contabilizados no total de páginas da proposta:

I. Quadro resumo da distribuição da verba disponível na rubrica de estudo e pesquisa, criação, produção e veiculação, com identificação das peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação;

II. Planilhas que corporifiquem a estratégia de mídia apresentada.

5.2.7. Especificações sobre o Plano de Comunicação Publicitária – VIA IDENTIFICADA (ENVELOPE B)

5.2.7.1. **A <u>via identificada do plano de comunicação publicitária</u>** terá o mesmo teor da **<u>via não identificada</u>, sem** os exemplos de peças referentes à **IDEIA CRIATIVA**, mas com a identificação da licitante.

5.2.8. Especificações da Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (ENVELOPE C)

5.2.8.1. O **Envelope "C" – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS** deverá conter as informações referentes à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

5.2.8.2. O julgamento do envelope C será feito pela mesma Comissão de Análise e avaliação que julgará o conteúdo do envelope A. Assim, é vedada a aposição no (envelope "C") e em todos os documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que permita a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária não identificado (envelope "A"), em qualquer momento anterior à abertura do invólucro da via identificada (envelope "B").

5.2.8.3. **<u>Capacidade de Atendimento:</u>** sob a forma de texto, tabelas, gráfico, diagramas, fotos e outros recursos que considerar pertinentes, a agência licitante deverá informar a sua Capacidade de Atendimento apresentando:

a) Descrição da composição da diretoria da empresa e da equipe com a quantificação e qualificação dos profissionais que efetivamente responderão pela execução do contrato com o SESCOOP/SP, de maneira discriminada, por setor da agência, respondendo à demanda de profissionais minimamente estipulada no item 7.3. do Termo de Referência;

b) Para fins de comprovação da experiência na função de todos os profissionais que serão colocados à disposição do SESCOOP/SP na execução do contrato, informando as respectivas áreas de atuação, a licitante deverá apresentar currículo resumido (nome, formação, experiência), acompanhado de cópia simples de certificados de conclusão de cursos de graduação e pós-graduação e de declaração assinada pelo representante legal da licitante atestando a veracidade dos dados informados.

c) A relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com especificação do início de atendimento de cada um deles e abrangência geográfica de atuação (âmbito nacional, regional, estadual ou local). A Comissão de Licitação ou a Comissão de Análise e avaliação poderá, a qualquer momento, fazer diligência para confirmar as informações prestadas, ficando a licitante sujeita a penalidades cabíveis em caso de não-conformidade de dados.

d) Apresentação de atestado(s) fornecido(s) por cliente(s) atendido(s) pela agência, necessariamente pessoa jurídica de direito público ou privado, comprovando ter a licitante prestado, de maneira satisfatória, no mínimo, serviços de criação, execução e produção de campanhas e peças publicitárias, atestando ainda a pontualidade no atendimento às obrigações por ela assumidas. O atestado deve conter informações sobre o período do atendimento, com assinatura do cliente, com explicitação do cargo e telefone de contato. A Comissão de Licitação poderá realizar diligência para verificar a legitimidade do atestado.

e) Apresentação textual das instalações físicas da licitante, instrumental técnico, infraestrutura e recursos materiais que estarão à disposição do SESCOOP/SP para a execução do contrato;

f) Descrição da forma de atendimento, a ser implementada pela agência na execução do contrato, incluídos os prazos a serem cumpridos em condições normais de trabalho (observados os prazos máximos estabelecidos no item 8.2 do Termo de Referência);

g) Descrição das informações de marketing e comunicação, pesquisa de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia a serem colocadas regularmente à disposição do SESCOOP/SP, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

5.2.8.4. **Sobre o Repertório:** sob a forma de peças publicitárias, a agência deverá apresentar até 10 (dez) peças do seu repertório, de qualquer tipo ou forma de veiculação;

a) As peças do repertório deverão comprovar o desempenho da licitante na prestação de serviços publicitários, sendo que tenha pelo menos 1 (um) filme de VT, 1 (um) spot de rádio ou jingle, 1 (um) anúncio de jornal ou revista, 1 (uma) ação de internet (tais como banner, hotsite, marketing viral e outros) e 1 (uma) peça de mídia exterior (outdoor, mobiliário urbano, busdoor e outros) 1 (uma) ação de endomarketing (mídia indoor e outros);

b) A licitante deverá apresentar cada peça acompanhada de sua respectiva ficha técnica contendo breve descritivo indicando onde e quando a peça foi veiculada e assinatura do anunciante responsável, atestando a qualidade do trabalho executado pela agência;

c) **As peças do repertório e demais informações pertinentes não poderão conter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (envelope A), que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro B, sob pena de desclassificação da licitante;**

d) O repertório será constituído por peças concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela agência licitante a partir de 01/01/2019;

e) As peças gráficas referentes ao repertório poderão integrar um caderno específico ou serem apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças;

f) As peças eletrônicas/digitais deverão ser fornecidas em pen drive que não poderá conter qualquer indício de identificação da autoria da proposta apócrifa;

g) Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida nas especificações da proposta técnica, a sua pontuação, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida pela aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista para esse item.

h) As peças e/ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e ou aprovados pelo SESCOOP/SP em ocasião anterior;

i) Não serão aceitos trabalhos que configurem apresentação de materiais especulativos, condenados pela legislação da propaganda nem mesmo a título de exemplo ou sugestão.

5.2.8.5. **Sobre o Relato de Soluções de Problemas de Comunicação:** sob a forma de texto e de peças, a licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem o Relato de Soluções de Problemas de Comunicação, observando as seguintes especificações:

a) As informações devem ser apresentadas em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em folhas numeradas sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas pelo representante legal da licitante;

b) A licitante deverá apresentar 2 (dois) relatos de soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação, planejadas por ela, cada relato com o máximo de 3 (três) páginas, descrevendo o problema que se propôs a resolver, contemplando a identificação da licitante e de seu cliente, o título da campanha, o período de produção e de veiculação, exposição e/ou distribuição;

c) Os relatos deverão refletir soluções de problemas de comunicação, planejadas pela licitante e implementadas por seus clientes a partir de 1º de janeiro de 2019, e cujos resultados alcançados sejam mensuráveis por meio da discriminação de números, estatísticas ou pesquisas;

d) Se a licitante apresentar relatos em quantidade inferior à estabelecida ou se um dos relatos não atender aos critérios deste edital, a pontuação máxima da licitante, neste quesito, será proporcional ao número de relatos apresentados. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima;

e) Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes, que não deverão ter nenhum vínculo profissional com a agência. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, rubricadas e assinadas na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário à época; O referendo deverá ser apresentado em papel timbrado da licitante.

f) É vedada a apresentação de relato referente a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pelo SESCOOP/SP;

g) Os documentos e informações referentes ao Relato de Soluções não poderão conter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro B;

h) Na forma de anexos, que não serão contabilizados na quantidade de páginas especificada para esse item, devem ser apresentadas as peças publicitárias do relato;

i) 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, sendo que:

I. as peças eletrônicas/digitais deverão ser fornecidas em pen drive, que não poderá conter qualquer indício de identificação da autoria da proposta apócrifa;

II. as peças e/ou material deverão estar acompanhadas da respectiva ficha técnica contendo APENAS: título, data de produção, período de exposição e/ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo e o período de inserção;

III. as peças gráficas poderão integrar o caderno específico, em papel A4 ou A3 dobrado, ou serem apresentadas separadamente.

5.2.9. Especificações sobre a Campanha Simulada

5.2.9.1. Na elaboração do Plano de Comunicação Publicitária, a agência licitante deverá apresentar uma campanha simulada com base no briefing.

5.2.9.2. O *briefing* define o problema de comunicação do SESCOOP/SP, cabendo a cada licitante evidenciar a sua compreensão sobre o tema proposto.

5.2.9.3. A licitante deverá desenvolver a campanha considerando a verba hipotética de R$ 2.000.000,00 (Dois milhões de reais), com período de execução de 90 (noventa) dias, compreendendo os meses de março a maio de 2023.

5.2.9.4. A campanha simulada pela licitante evidenciará o seu nível de compreensão sobre o contexto do anunciante e sobre o problema de comunicação, possibilitando a análise e o julgamento técnico, conforme os quesitos especificados no Edital.

6. DA PROPOSTA DE PREÇOS (ENVELOPE D)

6.1. Todas as regras e informações necessárias à apresentação da proposta de preços pela licitante estão contidas neste edital e seus anexos, sendo de exclusiva responsabilidade da licitante a observância dos critérios estabelecidos.

6.2. A licitante deverá apresentar a sua proposta de preços pelos serviços prestados, contemplando todas as possibilidades de remuneração.

6.3. A proposta de preços deverá permanecer válida e em condições de aceitação por um período mínimo de 120 (cento e vinte) dias, contados da data de sua abertura, e a ausência deste prazo na proposta(s) implica em concordância tácita. Findo este prazo, ficam os licitantes liberados dos compromissos assumidos.

6.4. Nos preços cotados deverão estar inclusas todas as despesas diretas e indiretas, tais como: impostos, taxas, salários, seguros, fretes, encargos sociais, trabalhistas, previdenciários e de ordem de classe, passagens, hospedagens, alimentação, indenizações civis e seguros de acidente de trabalho, enfim, todas as despesas e

materiais necessários para atender o objeto da Concorrência, além de deduzidos quaisquer descontos que venham a ser concedidos.

6.5. A proposta de preço apresentada e levada em consideração para efeito de julgamento será de exclusiva e total responsabilidade da licitante, não lhe cabendo o direito de pleitear qualquer alteração, seja para mais ou para menos.

6.6. A licitante deverá apresentar sua PROPOSTA DE PREÇOS pelos serviços prestados na forma de DECLARAÇÃO, contemplando todas as informações contidas no Termo de Referência, assim como no edital.

6.7. Em sua proposta de preços a licitante deverá levar em consideração aspectos relacionados aos direitos autorais e patrimoniais.

6.8. A licitante fará constar em sua proposta de preços declaração de que tratará da questão direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, estabelecendo:

I. A cessão total e definitiva dos direitos patrimoniais de uso das ideias, estudos, análises e planos, peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato.

II. O compromisso de que:

a Em todas as contratações que envolvem direitos autorais de terceiros, se responsabilizará por solicitar, de cada terceiro que vier a ser contratado, 2 (dois) orçamentos para execução do serviço, sendo um de cessão de direitos do autor por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que o SESCOOP/SP escolha uma das opções.

b Nos casos de cessão de direitos patrimoniais por tempo limitado, utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão, de cuja negociação participará ao SESCOOP/SP, inclusive no que diz respeito à reutilização de peças publicitárias.

III. Deverá assumir também o compromisso de que, quando o SESCOOP/SP optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva dos direitos patrimoniais de obra artística, fará constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros, para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços, cláusulas escritas que:

a Explicitem a cessão total e definitiva por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, a produção e a direção, a composição, o arranjo e a execução de trilhas sonoras, as matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados.

b Estabeleçam que o SESCOOP/SP possa, a seu juízo, utilizar os referidos direitos, diretamente, com ou sem modificações, após o término do contrato ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

c Considerará como já incluída no custo de produção qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos, por tempo limitado ou total e definitiva.

IV. A licitante deverá assegurar ainda o compromisso de que:

a Fará constar, em destaque, todos os orçamentos de produção de peças, os custos 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.

b Negociará sempre as melhores condições de preço para adquirir os direitos de imagem, de som e de voz profissionais do setor artístico e sobre obras consagradas, nos casos de reutilização de peças publicitárias pelo SESCOOP/SP.

c Garantirá a transferência ao SESCOOP/SP de toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e a fornecedores.

6.9. Todas as folhas dos conteúdos dos envelopes A, B, C, D e E deverão ser entregues em ordem sequencial, com numeração de página. Tal medida visa salvaguardar os interesses dos participantes quanto ao aspecto de segurança e transparência do processo licitatório. O não atendimento ao solicitado implicará a perda do direito a futuras reclamações.

7. DA HABILITAÇÃO (ENVELOPE E)

7.1. Para habilitação nesta licitação serão exigidos os documentos abaixo listados, que deverão estar contidos no ENVELOPE E:

7.2. Habilitação Jurídica:

a) No caso de **empresário individual** – prova da inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis, registrado na Junta Comercial da respectiva sede.

b) No caso de **sociedade empresária ou empresa individual de responsabilidade limitada – Eireli ou Sociedade Limitada Unipessoal (SLU)** – ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado na Junta Comercial da respectiva sede, acompanhado de documento comprobatório de seus administradores.

c) **As sociedades empresárias** deverão apresentar prova da inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis onde opera, com averbação no Registro onde tem sede a matriz, no caso de ser o participante sucursal, filial ou agência.

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) Apresentação da Certidão expedida pela Junta Comercial ou Certidão de Breve Relato, conforme o caso, que comprove a condição de **microempresa ou empresa de pequeno porte**, nos termos das Instruções Normativas nº 81, de 10/06/2020 e nº 69, de 18/12/2019, ambas do Departamento de Registro Empresarial e Integração – DREI.

f) Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ata de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente (Estatuto, Contrato Social ou equivalente, registrado na Junta Comercial/DNRC e suas alterações), quando a atividade assim o exigir.

g) **Os documentos acima deverão estar acompanhados de todas as alterações ou da consolidação respectiva.**

h) No caso do representante legal que tenha sido eleito/nomeado em ato apartado apresentar o respectivo comprovante da posse ou nomeação.

7.2.1. Encaminhar a comprovação do Responsável Legal da empresa, caso o mesmo tenha sido nomeado em ato separado mediante Termo de Posse que o investiu no cargo;

7.2.2. Se, em razão do credenciamento, o ato constitutivo já tiver sido apresentado, poderá ser aceito/aproveitado para fins de habilitação, desde que atenda às exigências consignadas para tal finalidade, quais sejam, conter todas as alterações (ou consolidação) e estar registrado no órgão competente;

7.3. Regularidade Fiscal:

7.3.1. Prova de Inscrição (situação ativa) no **Cadastro Nacional das Pessoas Jurídicas**, do Ministério da Fazenda (CNPJ).

7.3.2. Prova de inscrição no **Cadastro de Contribuintes Municipal e Estadual** relativo ao domicílio ou sede da Licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto deste edital.

7.3.3. Prova de **Regularidade com a Fazenda Federal e Instituto Nacional de Seguro Social INSS – União -** do respectivo domicílio da Licitante (mediante a apresentação da **Certidão Negativa de Débitos ou Positiva com Efeitos de Negativa**) expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil e pela Procuradoria Geral da Fazenda Nacional, referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por elas administrados, inclusive aqueles relativos à Seguridade Social, nos termos da Portaria Conjunta nº 1.751, de 02/10/2014.

7.3.4. Prova de **Regularidade com a Fazenda Estadual** do domicílio ou sede da Licitante (mediante a apresentação da **Certidão Negativa de Débitos ou Positiva com Efeitos de Negativa**).

7.3.4.1. **No caso das empresas sediadas no Estado de São Paulo, a certidão deverá ser expedida pela Secretaria da Fazenda e Planejamento do Estado de São Paulo.**

7.3.5. Prova de **Regularidade com a Fazenda Municipal** do respectivo domicílio da Licitante (mediante a apresentação da **Certidão Negativa de Débitos ou Positiva com Efeitos de Negativa**);

7.3.6. Prova de situação regular perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), (mediante apresentação do **Certificado de Regularidade do FGTS – CRF**);

7.3.7. **Caso a Licitante seja considerada isenta de tributos relacionados ao objeto licitatório, deverá comprovar tal condição mediante a apresentação de declaração emitida pela correspondente Fazenda do seu domicílio ou sede, ou outra equivalente, na forma da lei**.

7.3.8. **Todas as certidões e documentos de habilitação deverão estar válidos na data da entrega dos envelopes sob pena de inabilitação.**

Observações:

1. Não serão aceitos **protocolos de entrega ou solicitação de documento em substituição aos documentos requeridos no presente edital e seus Anexos**.
2. Os documentos necessários à **HABILITAÇÃO** deverão ser apresentados em original ou cópia autenticada ou declaração de autenticidade por Tabelião de Notas, ou ainda publicação em órgão de imprensa oficial ou cópia simples acompanhada do original, com exceção das Certidões/Documentos que são expedidas ou podem ter a confirmação da autenticidade pela

internet, estando a aceitação desses documentos condicionada à confirmação da sua validade.

3. O **SESCOOP/SP** reserva-se o direito de solicitar o original de qualquer documento, sempre que julgar necessário.

4. Em se tratando de filial, os documentos de habilitação jurídica e regularidade fiscal deverão estar em nome da filial, exceto aqueles que, pela própria natureza, são emitidos somente em nome da matriz.

5. Referente à Regularidade fiscal **da microempresa ou empresa de pequeno porte**, deverá ser apresentada todas as certidões pertinentes à regularidade fiscal, ainda que tais documentos apresentem alguma restrição.

a) Havendo alguma restrição na comprovação de regularidade fiscal, será assegurado o prazo de 05 (cinco) dias úteis para a regularização da documentação, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o licitante for declarado vencedor do certame, prorrogáveis por igual período, a critério do **SESCOOP/SP**.

b) A não regularização da documentação, no prazo previsto no subitem anterior, implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas neste edital, sendo facultada a convocação dos licitantes remanescentes, na ordem de classificação.

6. Todos os documentos encaminhados deverão estar em nome da licitante, com indicação do número de inscrição no CNPJ.

7. Todos os documentos emitidos em língua estrangeira deverão ser entregues acompanhados da tradução para língua portuguesa, efetuada por tradutor juramentado, e devidamente consularizados ou registrados no cartório de títulos e documentos.

8. Os documentos de procedência estrangeira, mas emitidos em língua portuguesa, também deverão ser apresentados devidamente consularizados ou registrados em cartório de títulos e documentos.

7.4. Qualificação Econômico-Financeira:

7.4.1. **Certidão negativa de falência, concordata ou recuperação judicial** expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica da Licitante, com validade de até 90 (noventa) dias, contados da data de sua emissão.

7.4.1.1. No caso de Comarca com mais de um Cartório Distribuidor competente, deverão ser apresentadas as Certidões de cada um dos Distribuidores competentes.

7.4.2. **Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social**, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrado há mais de 03 (três) meses da data de apresentação da proposta.

7.4.2.1. A comprovação do balanço patrimonial será feita da seguinte forma:

7.4.2.2. No caso de **sociedades anônimas**, cópias do balanço patrimonial e demonstrações contábeis, acompanhados da prova da publicação no Diário Oficial da União, ou do Estado, ou do Distrito Federal, conforme o local em que esteja situada a sede da licitante, com o respectivo registro na Junta Comercial.

7.4.2.3. No caso de empresas de **responsabilidade limitada e demais tipos societários**, cópia autenticada das páginas do Livro Diário, contendo Termo de Abertura, Balanço Patrimonial, Demonstrações Contábeis e Termo de Encerramento **todos devidamente registrados na forma da lei**.

7.4.2.4. No caso de **sociedades sujeitas ao regime estabelecido na Lei Complementar nº 123/2006 e suas alterações posteriores**, cópia autenticada do Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis, **na forma da Lei**.

7.4.2.5. **No caso de a licitante utilizar o SPED – Contábil/ Escrituração Contábil Digital (ECD), apresentar comprovação na forma eletrônica do Balanço e Demonstrativos Contábeis acompanhados do Termo de abertura e encerramento, Recibo de Transmissão e Termo de autenticação.**

7.4.2.6. **O licitante deverá contar com os seguintes índices contábeis, extraídos do último balanço patrimonial ou do balanço patrimonial referente ao período de existência da sociedade, atestando a boa situação financeira:**

LG = Liquidez Geral – superior a 1

LC = Liquidez Corrente – superior a 1

LS = Liquidez Seca – superior a 1

Sendo:

LG= (AC+ARLP) / (PC+PNC) LC = AC/PC LS=AC-Estoques/PC

Onde: AC = Ativo Circulante

ARLP = Ativo Realizável a Longo Prazo

PC = Passivo Circulante

PNC = Passivo não Circulante

Observações:

1. **Comprovação de patrimônio líquido no percentual de 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação**, quando qualquer dos índices Liquidez Geral e Liquidez Corrente, for igual ou inferior a 1;
2. A justificativa para os índices contábeis acima, em atenção ao artigo 12, inciso III e suas alíneas da Resolução n.º 1990/2022 de 22 de fevereiro de 2022, vincula-se ao fato de que se referem ao patamar mínimo para constatação de boa situação financeira da licitante, razão pela qual não apresenta resistividade indevida;
3. O balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados por contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no Conselho Regional de Contabilidade contendo nome e nº de inscrição legíveis.

7.5. Qualificação Técnica:

7.5.1. Atestado(s) de Capacidade Técnica, fornecido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, em nome da licitante, comprovando que presta ou já prestou, a contento, serviços compatíveis com o objeto deste edital (serviços especializados em publicidade e propaganda);

a) O atestado deverá conter a identificação do signatário e ser apresentado em papel timbrado do declarante.

b) O atestado deverá conter o endereço completo, CNPJ do seu emitente e a descrição dos serviços executados.

c) A identificação do responsável pela emissão do atestado com nome, função e telefone para solicitação de informações adicionais de interesse do SESCOOP/SP, caso seja necessário.

d) Local e data de emissão.

e) O atestado de capacidade técnica poderá ser objeto de diligência, a critério do SESCOOP/SP, para verificação da autenticidade de seu conteúdo.

f) Encontrada divergência entre o especificado no atestado e o apurado em eventual diligência, inclusive validação do contrato de prestação de serviços entre o emissor do atestado e o licitante, além da inabilitação nesta concorrência, fica sujeito o licitante às penalidades cabíveis.

7.6. Outras Declarações:

7.6.1. Declaração de Pleno Conhecimento do Objeto (Anexo I do Edital);

7.6.2. Carta de Credenciamento (Anexo II do Edital);

7.6.3. Declaração de Renúncia do direito de recorrer das decisões de julgamento das fases do certame (Anexo III do Edital);

7.6.4. Declaração de Habilitação (Anexo IV do Edital)

7.6.5. Declaração da licitante de que não possui em seu quadro de pessoal empregado (s) com menos de 18 (dezoito) anos de idade em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e de 16 (dezesseis) anos de idade em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos, nos termos do inciso XXXIII, do art. 7º da Constituição Federal de 1988 (Anexo V do Edital);

7.6.6. Declaração De Inexistência de Impedimento para contratar ou licitar com o SESCOOP/SP (Anexo VI do Edital).

7.6.7. Declaração de Disponibilidade de Equipe Técnica (Anexo IX do Edital)

8. DOS PROCEDIMENTOS DA LICITAÇÃO

Informações Gerais das Sessões Públicas

8.1. Serão realizadas sessões públicas, observados os procedimentos previstos no Edital, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes.

8.2. Durante a realização das sessões, não será permitida a intercomunicação entre os licitantes a respeito do conteúdo de suas propostas, bem como atitudes desrespeitosas que causem tumultos ou perturbem o bom andamento dos trabalhos.

8.3. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil.

8.4. 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 respectivas sessões públicas.

8.5. A Comissão Permanente de Licitação e a Comissão de Análise e avaliação, conforme o caso, poderão, no interesse do SESCOOP/SP, relevar omissões puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Concorrência.

8.6. Os integrantes da Comissão de Análise e avaliação não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos envelopes com as propostas Técnica e de Preço.

8.7. O julgamento das propostas Técnica e de Preço e o julgamento final deste certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados no Edital.

8.8. Antes do aviso oficial do resultado da 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.

8.9. Qualquer tentativa de licitante de influenciar a Comissão de Licitação ou a Comissão de Análise e avaliação no processo de julgamento das propostas resultará na sua desclassificação.

8.10. A Comissão de Licitação poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, marcando, na oportunidade, nova data e horário, devendo as Licitantes acompanhar pelo sítio https://www.sistemaocesp.coop.br/?a=licitacoes.

8.11. Em qualquer fase da licitação, a CPL poderá solicitar pareceres de técnicos pertencentes ou não ao seu quadro de colaboradores, a fim de orientar a suas decisões.

8.12. De todos os atos do certame, serão lavradas atas circunstanciadas que serão assinadas pelos membros da Comissão Permanente de Licitação, e representantes das proponentes presentes.

8.13. Se os envelopes 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 da 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, o SESCOOP/SP providenciará sua destruição.

8.14. PRIMEIRA SESSÃO PÚBLICA

8.14.1. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local estabelecidos no preâmbulo do Edital e terá a seguinte pauta inicial:

8.14.2. Identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido e colher suas assinaturas na lista de presença;

8.14.3. Receber os envelopes **A**, **B**, **C**, **D** e **E** de cada empresa participante, respectivamente, referentes ao Plano de Comunicação Publicitária via Não Identificada; Plano de Comunicação Publicitária via Identificada; documentos relativos à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação; Proposta de Preços; e documentos de Habilitação;

8.14.4. Conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições do edital.

8.14.5. Reservar o envelope A (sem identificação) em local separado, onde serão recepcionados todos os envelopes apócrifos das empresas participantes.

8.14.6. O **Envelope A**, com a **via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária**, só será recebido pela Comissão de Licitação se o invólucro e o seu conteúdo:

8.14.6.1. Não estiver identificado;
8.14.6.2. Não apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do envelope B;
8.14.6.3. 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 envelope B.
8.14.6.4. Não estiver o envelope fechado e rubricado no seu fecho.

8.14.7. Se, pelos motivos acima explicitados, o envelope A de alguma licitante não puder ser recebido, nenhum envelope daquela licitante será aceito pela Comissão de Licitação.

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

8.14.8.1. Rubricar no fecho dos envelopes **B**, **D** e **E** (sem abri-los), mantendo-os fechados, sob a guarda e responsabilidade da Comissão de Licitação, e separados dos invólucros **A** e **C**;
8.14.8.2. Trazer do local separado os envelopes A (Plano Apócrifo), abrir cada um, retirar o conteúdo para ser rubricado pelos membros da Comissão;
8.14.8.3. Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos que constituem os envelopes A;
8.14.8.4. Trazer do local separado os envelopes C (Capacidade de Atendimento), abrir cada um, retirar para ser rubricado pelos membros da Comissão;
8.14.8.5. Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos que constituem os envelopes C;
8.14.8.6. Lacrar os envelopes A e C, assinando nos respectivos lacres e reservando-os em grupos separados;
8.14.8.7. Informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão.

8.14.9. A Comissão de Licitação 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. A Comissão não lançará nenhum código, sinal ou marca nos envelopes A nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

8.14.10. Se, ao examinar ou ao rubricar os conteúdos dos envelopes A e C, a Comissão de Licitação e ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão desclassificará a licitante e ficará com todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

8.14.11. Abertos os envelopes A e C, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão de Licitação.

8.14.12. Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Permanente de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no Edital.

8.14.13. <u>ATUAÇÃO DA COMISSÃO DE ANÁLISE E AVALIAÇÃO</u>

8.14.13.1. A análise dos documentos constantes dos envelopes "A" e "C" dar-se-á em sessão reservada e será realizada pela Comissão de Análise e avaliação.

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

8.14.13.3. Encaminhamento, pela Comissão de Licitação à Comissão de Análise e avaliação, dos envelopes "A" de todas as licitantes, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;

8.14.13.4. Avaliação e julgamento, pela Comissão de Análise e avaliação, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados no Edital;

8.14.13.5. Elaboração e encaminhamento, pela Comissão de Análise e avaliação à Comissão de Licitação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária e da planilha com as pontuações deliberadas em consenso pelos membros da Comissão;

8.14.13.6. Encaminhamento, pela Comissão de Licitação à Comissão de Análise e avaliação, dos Envelopes "C", com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

8.14.13.7. Análise e julgamento consensual, pela Comissão de Análise e avaliação, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados no Edital;

8.14.13.8. Elaboração e encaminhamento, pela Comissão de Análise e avaliação à Comissão de Licitação, da ata de julgamento das propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, e da planilha com as pontuações deliberadas em consenso pelos membros da Comissão.

8.14.13.9. Se alguma proposta técnica for desclassificada, com base em alguma regra do Edital, a Comissão de Análise e avaliação atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas no Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Comissão de Análise e avaliação, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase. Essa regra não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas no Edital resulte na identificação da licitante antes da abertura do envelope B.

8.14.13.10. As planilhas com as pontuações deliberadas em consenso pelos membros da Comissão conterão, respectivamente, as pontuações acordadas para cada subquesito do Plano de

Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações acordadas para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

8.14.13.11. O julgamento das propostas técnicas pela Comissão de Análise e avaliação será realizado exclusivamente com base nos critérios especificados no instrumento convocatório.

8.14.13.12. As notas inferiores ao valor máximo serão justificadas, não havendo justificativa quando a licitante alcançar pontuação máxima no subquesito. As planilhas com as pontuações deliberadas em consenso pelos membros da Comissão integrarão a respectiva ata.

8.14.13.13. Após receber as atas de julgamento das propostas técnicas (envelopes A e C), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Comissão de Análise e avaliação, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes para participar da segunda sessão pública.

8.15. SEGUNDA SESSÃO PÚBLICA

8.15.1. A segunda sessão pública terá a seguinte pauta básica:

8.15.1.1. Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

8.15.2. Abrir os envelopes B de todas as licitantes;

8.15.3. Cotejar as vias não identificadas (envelope A) com as vias identificadas (envelope B) do plano de comunicação publicitária, para identificação de sua autoria;

8.15.4. Elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada proposta técnica;

8.15.5. Proclamar o resultado do julgamento geral da proposta técnica;

8.15.6. Informar que o resultado do julgamento geral das propostas técnicas será publicado no portal do SESCOOP/SP no sítio: https://www.sistemaocesp.coop.br/?a=licitacoes, com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo prazo para interposição de recurso;

8.15.1. Além das demais atribuições previstas na etapa de análise e julgamento das propostas técnicas, é responsabilidade da Comissão de Análise e avaliação manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das propostas técnicas, se solicitado pela Comissão de Licitação, para responder a questionamentos de ordem técnica.

8.16. TERCEIRA SESSÃO PÚBLICA

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

8.16.1.2. Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

8.16.1.3. Abrir os envelopes D, com a proposta de preço, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação.

8.16.1.4. Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos integrantes dos envelopes D;

8.16.1.5. Analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências do Edital para a elaboração das propostas de preço e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;

8.16.1.6. Identificar a proposta com maior vantajosidade para o SESCOOP/SP e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes, de acordo com as disposições constantes neste Edital;

8.16.1.7. Declarar vencedor do julgamento final das propostas técnica e de preço de acordo com as disposições constantes no Edital;

8.16.1.8. Informar que o resultado do julgamento da proposta de preço e do julgamento final das propostas será publicado no Portal do SESCOOP/SP (https://www.sistemaocesp.coop.br/?a=licitacoes), abrindo prazo para interposição de recurso.

8.17. QUARTA SESSÃO PÚBLICA

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

8.17.1.1. Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

8.17.1.2. Abrir os envelopes E, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação;

8.17.1.3. Analisar a conformidade dos documentos de habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;

8.17.1.4. Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos integrantes dos envelopes E;

8.17.2. **Informar:**

a O resultado da habilitação na sessão ou suspender a sessão para análise dos documentos;

b Que o resultado da habilitação será publicado com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no Regulamento de Licitações e de contratos do SESCOOP;

c Que será publicado no sistema eletrônico do SESCOOP/SP o nome da licitante vencedora da 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.

9. PONTUAÇÃO AVALIAÇÃO E JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

9.1. PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

9.1.1. A pontuação total da proposta técnica corresponde a 100 pontos, assim distribuídos:

SUBITENS	Pontuação Máxima	AGÊNCIA A	AGÊNCIA B	AGÊNCIA C	AGÊNCIA D
ENVELOPE A	70	Preencher com total do envelope A	Preencher com total do envelope A	Preencher com total do envelope A	Preencher com total do envelope A
ENVELOPE C	30	Preencher com total do envelope C	Preencher com total do envelope C	Preencher com total do envelope C	Preencher com total do envelope C
TOTAL PONTUAÇÃO TÉCNICA (ENVELOPE A + C)	100	0	0	0	0

9.1.2. A pontuação da PROPOSTA TÉCNICA terá PESO 6 (sendo peso 4 para a pontuação da PROPOSTA DE PREÇO)

9.2. CRITÉRIOS PARA AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

9.2.1. A proposta técnica de cada licitante será avaliada com base nos seguintes aspectos e respectivas pontuações máximas por quesito:

Plano de Comunicação Publicitária

Pontuação máxima dos subitens 1 + 2 + 3+ 4= 70 PONTOS

SUBITEM 1: RACIOCÍNIO BÁSICO		Pontuação máxima do subquesito	Campanha 1	Campanha 2	Campanha 3	Campanha 4
SUBQUESITOS AVALIADOS	a) Conhecimento da história e da natureza institucional do SESCOOP, suas atividades e principais linhas de produtos e serviços, o contexto do cooperativismo, as instituições que representam o movimento no Brasil e suas características mais significativas para a comunicação publicitária.	2	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação
	b) Acuidade de compreensão das funções e do papel do SESCOOP nos contextos social, político e econômico.	2	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação
	c) Compreensão da extensão, qualidade e formas do relacionamento do SESCOOP com seus públicos.	2	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação
	d) Compreensão dos desafios e do problema de comunicação do SESCOOP a ser enfrentado.	2	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação
	e) Compreensão das necessidades de comunicação do anunciante para enfrentar esses desafios ou problemas.	2	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação
Pontuação obtida no subitem 1 - RACIOCÍNIO BÁSICO		10	0	0	0	0

SUBITEM 2: ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO		Pontuação máxima do subquesito	Campanha 1	Campanha 2	Campanha 3	Campanha 4
SUBQUESITOS AVALIADOS	a) A adequação da estratégia de comunicação, do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do SESCOOP e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação.	5	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação, do partido temático e do conceito propostos.	5	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação
	c) A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do SESCOOP com os seus públicos.	5	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação
	d) A exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação do SESCOOP e a qualidade dos desdobramentos em ações de comunicação integrada e digital.	5	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação
	e) A capacidade de articular os conhecimentos sobre o anunciante, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação, seus públicos, os objetivos de comunicação definidos no briefing e a verba disponível.	5	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação
Pontuação obtida no subitem 2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO		**25**	**0**	**0**	**0**	**0**

SUBITEM 3: IDEIA CRIATIVA		Pontuação máxima do subquesito	Campanha 1	Campanha 2	Campanha 3	Campanha 4
SUBQUESITOS AVALIADOS	a) A sua adequação à estratégia de comunicação publicitária e aos desafios ou problemas, gerais e/ou específicos, de comunicação do SESCOOP.	5	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação
	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerando os objetivos do SESCOOP e os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados.	5	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação
	c) A abrangência dos segmentos de público contemplada por essas interpretações, a adequação ao universo cultural do público-alvo e a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e aos públicos propostos.	5	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação
	d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	4	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação
	e) Sua pertinência às atividades do SESCOOP e à sua inserção nos contextos social, político e econômico.	3	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação
	f) A exequibilidade das peças e a sua compatibilização aos meios propostos.	3	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação
Pontuação obtida no subitem 3 - IDEIA CRIATIVA		**25**	**0**	**0**	**0**	**0**

SUBITEM 4: ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA		Pontuação máxima do subquesito	Campanha 1	Campanha 2	Campanha 3	Campanha 4
SUBQUESITOS AVALIADOS	a) Conhecimento dos hábitos de comunicação dos segmentos de público prioritários do SESCOOP e capacidade analítica evidenciada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da estratégia de mídia.	2	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação
	b) Coerência na integração da estratégia de mídia com a estratégia de comunicação apresentada.	2	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação
	c) Consistência do plano de mídia / distribuição das peças e/ou do material e a economicidade da aplicação da verba de mídia na simulação proposta.	2	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação
	d) Pertinência, oportunidade e criatividade demonstradas ao propor o uso de recursos de comunicação próprios do SESCOOP.	2	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação
	e) Inovação, coerência, economicidade e conhecimento demonstrados ao propor a utilização e otimização de mídias segmentadas, alternativas, digitais e de massa para atingir os objetivos de comunicação.	2	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação
Pontuação obtida no subitem 4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA		**10**	**0**	**0**	**0**	**0**

Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Pontuação máxima dos subitens 5 + 6 + 7= 30 (TRINTA) PONTOS

SUBITEM 5: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO					Pontuação máxima de cada quesito	AGÊNCIA A	AGÊNCIA B	AGÊNCIA C	AGÊNCIA D
SUBQUESITOS AVALIADOS	a. O porte, a abrangência geográfica (nacional, regional, estadual e local), o conceito e a tradição de mercado dos clientes atuais da licitante.	Abrangência	5 ou mais clientes com atuação nacional	1,6 ponto	2	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação
			Até 4 clientes com atuação nacional	1,2 ponto					
			Apenas clientes com atuação regional	0,8 ponto					
			Apenas clientes com atuação local	0,4 ponto					
		Conceito e tradição dos clientes atuais		0,4 ponto		Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação
	b. Formação profissional e adequação das qualificações e das quantificações dos profissionais a serem colocados à disposição do SESCOOP, tendo em vista a estratégia de comunicação publicitária da entidade.	Não apresentou documentação necessária.		0,0 ponto	2	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação
		Nem todos os membros da equipe possuem formação superior completa, ou não possuem formação superior adequada ao cargo.		0,6 ponto					
		Todos os membros da equipe possuem formação superior adequada completa.		1,2 ponto					
		Todos os membros da equipe possuem formação superior adequada completa e pelo menos 50% possuem pós-graduação completa.		1,8 ponto					
		Todos os membros da equipe possuem formação superior adequada completa e 100% possuem pós-graduação completa.		2,0 pontos					
	c. Experiência comprovada de cada membro da equipe na função que desempenhará na conta, comprovado por declarações assinadas por atuais e antigos contratantes ou por cópias da carteira de trabalho, que comprovem o tempo de experiência na função que irá desempenhar no atendimento da conta.	Não apresentou documentação necessária.		0,0 ponto	2	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação
		Nem todos os profissionais da equipe que atenderá o SESCOOP possuem pelo menos 3 anos de experiência na função.		0,6 ponto					
		Todos os profissionais da equipe que atenderá o SESCOOP possuem pelo menos 3 anos de experiência na função.		1,2 ponto					
		Todos os profissionais da equipe que atenderá o SESCOOP possuem pelo menos 6 anos de experiência na função		1,8 ponto					
		Todos os profissionais da equipe que atenderá o SESCOOP possuem pelo menos 9 anos de experiência na função		2,0 pontos					
	d. A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato.				1	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação
	e. A operacionalidade do relacionamento entre o SESCOOP e a licitante, esquematizado na proposta.				2	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação
	f. A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do SESCOOP, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.				1	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação	Inserir pontuação
Pontuação máxima do subitem 5 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO					10	0	0	0	0

SUBITEM 6: REPERTÓRIO		Pontuação máxima de cada quesito	AGÊNCIA A	AGÊNCIA B	AGÊNCIA C	AGÊNCIA D
SUBQUESITOS AVALIADOS	a. A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver.	4	Inserir Pontuação	Inserir Pontuação	Inserir Pontuação	Inserir Pontuação
	b. A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material.	2	Inserir Pontuação	Inserir Pontuação	Inserir Pontuação	Inserir Pontuação
	c. A clareza da exposição das informações prestadas.	4	Inserir Pontuação	Inserir Pontuação	Inserir Pontuação	Inserir Pontuação
Pontuação máxima do subitem 6 - REPERTÓRIO		10	0	0	0	0

SUBITEM 7: RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO		Pontuação máxima de cada quesito	AGÊNCIA A	AGÊNCIA B	AGÊNCIA C	AGÊNCIA D
SUBQUESITOS AVALIADOS	A evidência de planejamento publicitário.	3	Inserir Pontuação	Inserir Pontuação	Inserir Pontuação	Inserir Pontuação
	A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	3	Inserir Pontuação	Inserir Pontuação	Inserir Pontuação	Inserir Pontuação
	A relevância dos resultados apresentados.	3	Inserir Pontuação	Inserir Pontuação	Inserir Pontuação	Inserir Pontuação
	A concatenação lógica da exposição.	1	Inserir Pontuação	Inserir Pontuação	Inserir Pontuação	Inserir Pontuação
Pontuação máxima do subitem 7 - RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO		10	0	0	0	0

9.3. JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

9.3.1. Para julgamento da licitação, baseada no critério de técnica e preço, as propostas técnicas serão avaliadas e julgadas pela Comissão de Análise e avaliação, constituída por Portaria do SESCOOP/SP especificamente para esse fim, composta por 3 (três) profissionais de reconhecida competência na área de comunicação, publicidade e marketing, sendo ao menos 1 (um) deles sem vínculo funcional com o SESCOOP/SP.

9.3.2. Na apreciação das propostas técnicas será considerada a proposta publicitária desenvolvida e os documentos da licitante, sendo certo que receberá um máximo de 100 (cem) pontos, distribuídos entre os diversos quesitos de julgamento.

9.3.3. A Comissão de Análise e avaliação avaliará as propostas técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital e julgará as propostas com base no cumprimento, pelas licitantes, de cada um dos critérios, de acordo com a escala descrita na seguinte tabela:

ESCALA PARA JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA			
Níveis de Proficiência		**Evidências quanto ao conteúdo apresentado**	**Escala de pontuação**
NA	**Não Atende**	• Não atende ou atende minimamente aos critérios • Apresenta qualidade muito abaixo do esperado • O conceito não está claro, não está bem defendido ou sugere leitura desfavorável ao SESCOOP • Apresenta informações imprecisas ou inconsistentes	De 0% a 30% da pontuação do critério
AP	**Atende Parcialmente**	• Atende parcialmente aos critérios do edital • Atende com padrão de qualidade regular • Limita-se a repetir informações do briefing	Acima de 30% até 60% da pontuação do critério
AR	**Atende com Ressalvas**	• Atende aos critérios formais do edital com ressalvas • Apresenta análise pouco além do briefing • O conceito apresentado expande as qualidades positivas da marca SESCOOP	Acima de 60% até 90% da pontuação do critério

		• A estratégia é focada em resolver o problema de comunicação • Apresenta evidências de inovação razoavelmente expressivas	
EX	**Atende com Excelência**	• Atende plenamente aos critérios estabelecidos pelo edital • Atende ao objetivo do briefing, superando o padrão estabelecido • Apresenta análise consistente e extrapola as informações do edital e seus anexos • Apresenta proposta para solucionar bem o problema de comunicação • Estabelece inovação efetiva para atendimento ao problema de comunicação • A estratégia apresentada é ousada e supera as expectativas • Apresenta dados relevantes inerentes ao SESCOOP e ao cooperativismo no Brasil • Estabelece novos padrões de atuação e/ou desempenho • Apresenta conceito inovador, que cria posição única e expande as qualidades positivas da marca SESCOOP	Acima de 90% até 100% da pontuação do critério

9.3.4. A nota de cada quesito e subquesito corresponderá à nota de consenso dos membros da Comissão de Análise e avaliação;

9.3.5. A nota total de cada licitante corresponderá ao somatório das notas dos quesitos de cada subitem de todos os itens da Proposta Técnica, levando em conta o peso atribuído (Peso 6 para Proposta Técnica e Peso 4 para Proposta de Preços).

9.3.6. Os membros da Comissão de Análise e avaliação analisarão e julgarão os quesitos do Plano de Comunicação Publicitária, bem como os quesitos da Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos, com a prerrogativa de:

a) Aplicar penalidade na pontuação de itens ou subitens de propostas que não atendam integralmente os critérios previstos no Edital.

b) Desclassificar a proposta que:

I. Não atender a quaisquer exigências do Edital e seus anexos.

II. **Não alcançar a nota mínima de 60 (sessenta) pontos na totalização dos pontos** da Proposta Técnica (Plano de Comunicação Publicitária e Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Problemas de Comunicação).

III. Obtiver nota 0 (zero) na totalização de pontos de quaisquer subitens da Proposta Técnica.

IV. Enquadrar em critério de desclassificação previsto no Edital.

9.3.7. Ao final dos trabalhos de julgamento das propostas, a Comissão de Análise e avaliação elaborará ata de julgamento do Plano de Comunicação Publicitária e ata de julgamento da Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos, e as encaminhará à Comissão de Licitação, devidamente assinadas por seus integrantes, juntamente com as planilhas e com os envelopes A e C (e seus conteúdos), numerando as propostas apócrifas, a fim de possibilitar identificar a pontuação no momento de cotejar as propostas.

10. MÉTRICAS PARA PONTUAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

10.1. A Proposta de Preços de cada licitante classificada no julgamento das Propostas Técnicas será analisada quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital e em seus Anexos.

10.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

10.3. A remuneração da agência de publicidade deverá ser adequada à prestação de seus serviços, para ser exequível. Assim, não é admissível que se estabeleça a possibilidade de propostas que apresentem preços global ou unitários simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços de mercado.

10.4. A classificação das propostas de preço será feita mediante a atribuição de notas para cada um dos quesitos a serem valorados, conforme detalhado na seguinte tabela:

Tabela de referência para pontuação das propostas de preços

QUESITOS AVALIADOS	DESCONTO / HONORÁRIOS / REPASSE	NOTAS (N)	VALOR AGENCIA A (Inserir desconto sem %)	PONTUAÇÃO AGENCIA A	VALOR AGENCIA B (Inserir desconto sem %)	PONTUAÇÃO AGENCIA B	VALOR AGENCIA C (Inserir desconto sem %)	PONTUAÇÃO AGENCIA C	VALOR AGENCIA D (Inserir desconto sem %)	PONTUAÇÃO AGENCIA D	Pontuação máxima
	a) Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de SP.	Desconto igual 0,0% N1 = 0,0		0,0		0,0		0,0		0,0	35,0
		Desconto superior a 0,0% até 30,0% N1 = 0,46 x Desconto		0,0		0,0		0,0		0,0	
		Desconto superior a 30,0% até 60,0% N1 = 0,48 x Desconto		0,0		0,0		0,0		0,0	
		Desconto superior a 60,0% até 70,0% N1 = 0,5 x Desconto	70	35,0		0,0		0,0		0,0	
	b) Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, cuja *utilização* proporcione à agência desconto-padrão concedido por veículos de divulgação.	Honorários iguais ou superiores a 15% N2 = 0,0		0,0		0,0		0,0		0,0	30,0
		Honorários inferiores a 15% N3 = 2,0 x (15,0 – Honorários)	0	30,0	-	#VALOR!	-	#VALOR!	-	#VALOR!	
	c) Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, cuja utilização NÃO proporcione à agência desconto-padrão concedido por veículos de divulgação.	Honorários iguais ou superiores a 15% N3 = 0,0		0,0		0,0		0,0		0,0	24,0
		Honorários inferiores a 15% N2 = 1,6 x (15 – Honorários)	0	24,0	-	#VALOR!	-	#VALOR!	-	#VALOR!	
	d) Percentual de repasse do desconto-padrão de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação (em pontos percentuais)	Repasse igual 0,0% N4 = 0,0		0,0		0,0		0,0		0,0	11,0
		Repasse superior a 0,0% até 2,0% N4 = 5,5 x Repasse	2	11,0		0,0		0,0		0,0	
PONTUAÇÃO TOTAL DA PROPOSTA DE PREÇOS				100,0		#VALOR!		#VALOR!		#VALOR!	100,0

10.5. Com relação a cada quesito da tabela de pontuação relativa ao preço, o que se espera é que a agência participante do certame apresente em sua proposta informações que evidenciem:

a) **Quesito "a":** Se vai conceder descontos sobre os custos internos, baseando-se na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de SP, entre 0 e 70% qual será o percentual de desconto a ser concedido?

b) **Quesito "b":** Em relação à incidência de honorários sobre custos de serviços de terceiros, cuja utilização proporcione à agência desconto-padrão concedido por veículos de divulgação, entre 0 e 15%, quanto a agência pretende cobrar?

c) **Quesito "c":** Em relação à incidência de honorários sobre custos de serviços de terceiros, cuja utilização NÃO proporcione à agência desconto-padrão concedido pelos veículos de divulgação, entre 0 e 15%, quanto a agência pretende cobrar?

d) **Quesito "d":** Considerando o desconto-padrão concedido pelos veículos de divulgação às agências, dos 20% aos quais faz jus, quanto desse percentual a agência pretende repassar ao SESCOOP/SP, entre 0 e 2 pontos percentuais?

10.6. Para efeito de cálculo das notas, os termos **descontos, honorários e repasses** constantes na Proposta de Preços de cada licitante serão substituídos nas fórmulas da coluna NOTAS pelas respectivas percentagens que constarem de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo "%".

10.7. As notas serão calculadas com uma casa decimal, sem arredondamento.

10.8. A pontuação de cada proposta de preços será definida pela soma dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela acima, como segue: N = N1 + N2 + N3 +N4.

10.9. A nota final de cada licitante levará em conta o peso atribuído (Peso 4 para Proposta de Preços e Peso 6 para Proposta Técnica).

10.10. Serão desclassificadas as licitantes que não atenderem às exigências do Edital.

10.11. Não será considerado como critério de classificação e nem de desempate qualquer oferta de vantagem não prevista no Edital.

10.12. Quaisquer descontos especiais resultantes de negociações, além dos descontos normais previstos em tabela que venham a ser concedidos pelos veículos ou fornecedores, deverão ser integralmente transferidos para o SESCOOP/SP.

10.13. O percentual proposto será de exclusiva responsabilidade da agência, e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, quaisquer alterações sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

10.14. Os percentuais propostos deverão contemplar todas as despesas necessárias à plena execução dos serviços, tais como: de pessoal, de administração, de encargos (impostos, taxas, obrigações sociais etc.)

11. NOTA FINAL DA LICITAÇÃO

11.1. Peso da pontuação técnica e preço

11.1.1. A classificação dos proponentes será feita de acordo com a média ponderada das valorações das propostas técnicas e de preço, de acordo com os pesos estabelecidos no instrumento convocatório, que serão objetivos, sendo que:

a) a Proposta Técnica terá Peso 6.
b) a Proposta de Preço terá Peso 4.

11.2. Nota final

11.2.1. A nota final das licitantes será obtida tomando por base o Índice Técnico (IT) e o Índice de Preços (IP), sendo que:

a) Cálculo do Índice Técnico (IT) será aferido pelo somatório da pontuação obtida na Proposta Técnica;

b) O cálculo do Índice de Preços (IP) será aferido pelo somatório da pontuação obtida na Proposta de Preços.

c) A classificação final terá como base as pontuações obtidas nos índices técnico e de preços e o resultado do Índice Geral (IG).

11.3. Será considerada primeira classificada a empresa que obtiver o maior ÍNDICE GERAL (IG), na ordem de classificação realizada pela Comissão Permanente de Licitação, aplicando-se a seguinte fórmula:

IG = (IT x 0,6) + (IP x 0,4)

Sendo:

IG = ÍNDICE GERAL

IT = ÍNDICE TÉCNICO

IP = ÍNDICE DE PREÇO

Fator de Ponderação (multiplicação) do IT = 0,6 (zero vírgula seis)

Fator de Ponderação (multiplicação) do IP = 0,4 (zero vírgula quatro)

11.4. O SESCOOP/SP adjudicará o objeto da licitação à proponente que obtiver a maior pontuação final (salvo eliminação posterior na fase de habilitação).

11.5. Caso haja empate no resultado geral das propostas, terá preferência a empresa que, na ordem a seguir, obtiver a maior nota, sucessivamente, nos seguintes quesitos:

a. Ideia Criativa.

b. Estratégia de Comunicação Publicitária

c. Estratégia de Mídia.

d. Raciocínio Básico.

11.6. Persistindo o empate, a escolha se fará por sorteio, em ato público, para o qual todas as licitantes serão convocadas, vedado qualquer outro procedimento.

11.7. Às licitantes não caberá desconhecimento quanto ao contido no item 11.6, eximindo o SESCOOP/SP de qualquer responsabilidade quanto ao sorteio.

12. DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

12.1. Dos resultados da fase de propostas técnicas e dos documentos de habilitação e do julgamento da proposta de preços, caberão recursos fundamentados, dirigidos a Autoridade Competente/Superior do SESCOOP/SP, por intermédio da Comissão de Licitação, por escrito, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados da data da publicação ou comunicação da decisão, pelo licitante que se julgar prejudicado, de acordo com o artigo 22 da Resolução n.º 1990/2022 de 22 de fevereiro de 2022 do SESCOOP/SP.

12.2. Os recursos deverão ser protocolizados, dentro do prazo legal, no horário de 09:00h às 18:00h, na sede do SESCOOP/SP, Rua Treze de Maio, 1376 - Bela Vista, São Paulo/SP, por meio de apresentação da petição correspondente no Protocolo.

12.3. Os licitantes presentes considerar-se-ão intimados do prazo recursal ao final da sessão pública em que a decisão é divulgada, consignando-se tal informação em ata, iniciando a contagem a partir do primeiro dia útil subsequente à referida sessão e na mesma ocasião também o prazo para vistas dos autos.

12.4. Os licitantes não presentes nas sessões publicas considerar-se-ão intimados com a publicação da ata no sítio eletrônico https://www.sistemaocesp.coop.br/?a=licitacoes
, que serão publicadas no mesmo dia de sua realização.

12.5. Fica vedada a interposição de recurso ou apresentação de contrarrazões por meio distinto ao do previsto neste Edital, sob pena de não conhecimento por irregularidade formal/procedimental. Não será admitida a interposição de recurso ou apresentação de contrarrazões por meio eletrônico.

12.6. Eventuais recursos poderão ser respondidos/contrarrazoados pelos Licitantes interessados, em prazo idêntico para a interposição do recurso (5 dias úteis), a contar da ciência da interposição do recurso, cujo protocolo deverá observar os mesmos procedimentos estabelecidos anteriormente.

12.7. O(s) recurso(s) interposto(s) será(ão) disponibilizado(s) para os demais licitantes no sítio eletrônico: https://www.sistemaocesp.coop.br/?a=licitacoes.

12.8. Findo o período previsto na condição anterior, impugnado ou não o recurso, a Comissão de Licitação poderá, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, reconsiderar a sua decisão ou fazê-lo subir, devidamente informado à Autoridade Competente.

12.9. Na contagem dos prazos, excluir-se-á o dia de início e incluir-se-á o do vencimento.

12.10. Somente se iniciam e vencem os prazos em dias de expedientes na sede do SESCOOP/SP.

12.11. Será franqueada vistas ao processo administrativo, no mesmo endereço mencionado no preâmbulo deste Edital (sede do SESCOOP/SP), mediante apresentação de documento de identificação e assinatura de termo próprio, que passará a fazer parte do processo, não podendo o processo administrativo sair da vista da Comissão da Licitação. A vista ao processo administrativo será feita em local determinado pelo Presidente da Comissão, devendo um membro da Comissão de Licitação acompanhar a consulta ao processo e, após, recebê-lo nas mesmas condições que foi entregue.

12.12. Os recursos terão efeito suspensivo.

12.13. Os recursos serão julgados no prazo de até 10 (dez) dias úteis, contados da data final para sua interposição, por autoridade competente, ou, por quem este delegar competência e a divulgação do julgamento se dará por publicação no site do SESCOOP/SP ou, ainda, por outro meio formal, que atinja sua finalidade.

12.14. Sem prejuízo de outras sanções legais, a proponente que, com dolo ou má-fé, o licitante que interpuser recurso com objetivo meramente protelatório, ficará sujeito à exclusão do certame, por decisão motivada da Comissão de Licitação.

12.15. O provimento de recursos pela autoridade competente implicará invalidação apenas dos atos insuscetíveis de aproveitamento.

12.16. Decididos os recursos, e em caso de manutenção da decisão da CPL, a autoridade competente adjudicará o objeto da CONCORRÊNCIA ao LICITANTE vencedor e homologará o procedimento licitatório.

13. DAS PENALIDADES

13.1. A desistência formulada por qualquer das licitantes após a abertura das propostas sujeitar-lhe-á ao pagamento de multa equivalente a 10% a 20% do valor da proposta escrita, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão de Licitação.

13.2. A recusa injustificada da vencedora do certame licitatório em assinar o contrato, ou retirar o instrumento equivalente, dentro do prazo de 05 (cinco) dias úteis, caracteriza o descumprimento total da obrigação assumida, sujeitando-se o mesmo a multa de 10% a 20% sobre o valor do contrato.

13.3. A prática de ilícitos em quaisquer das fases do procedimento licitatório, o descumprimento de prazos, condições e a inobservância das demais disposições do presente instrumento convocatório, implicarão: (i) a aplicação de advertência, (ii) a aplicação de multa, e (iii) suspensão do direito de licitar ou contratar com o SESCOOP/SP e entidades a ele coligadas por prazo não superior a 2 (dois) anos, consoante disposições contidas neste item.

13.4. A licitante ficará suspensa do direito de licitar ou contratar com o SESCOOP/SP, pelo prazo de até dois anos, sem prejuízo de multa de 10% do valor estimado da contratação (se o valor de referência tiver sido

divulgado) ou 10% do valor da proposta escrita (se o valor de referência não tiver sido divulgado), nos seguintes casos:

13.4.1. Cometer fraude fiscal;

13.4.2. Apresentar documento falso;

13.4.3. Fizer declaração falsa;

13.4.4. Comportar-se de modo inidôneo;

13.4.5. Não assinar o contrato no prazo estabelecido;

13.4.6. Deixar de entregar a documentação exigida no certame;

13.4.7. Não mantiver a proposta;

13.5. São considerados comportamentos inidôneos as seguintes práticas e atos:

13.5.1. Frustrar ou fraudar, mediante ajuste, combinação ou qualquer outro expediente, o caráter competitivo do procedimento licitatório, com o intuito de obter, para si ou para outrem, vantagem decorrente da adjudicação do objeto da licitação;

13.5.2. Impedir, perturbar ou fraudar a realização de qualquer ato de procedimento licitatório;

13.5.3. Devassar o sigilo de proposta apresentada em procedimento licitatório, ou proporcionar a terceiro o ensejo de devassá-lo;

13.5.4. Afastar ou procurar afastar licitante, por meio de violência, grave ameaça, fraude ou oferecimento de vantagem de qualquer tipo;

13.6. Além da sanção prevista no item 13.2, a recusa injustificada da vencedora do certame licitatório em assinar o contrato ou retirar o instrumento equivalente, dentro do prazo de 05 (cinco) dias úteis, caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida, sujeitando-se a adjucatária a: (i) perda do direito à contratação.

13.7. No caso de atraso injustificado da **CONTRATADA** em executar os serviços contratados ou, ainda, de inadimplemento de qualquer obrigação contratual sujeitará a **CONTRATADA**, a critério do **CONTRATANTE**, à aplicação das seguintes penalidades:

a) Advertência;
b) Multa, sem prejuízo de eventuais danos materiais e/ou morais;
c) Suspensão temporária de participar em licitações e impedimento de contratar com o SESCOOP/SP e as Unidades do SESCOOP por prazo não superior a 02 (dois) anos.

13.8. O atraso desproporcional e não justificado no início ou na execução da prestação dos serviços implicará multa de 10% (dez por cento) a 20% (vinte por cento) sobre o valor total da respectiva Ordem de Serviço.

13.9. Para aplicação das penalidades aqui previstas, a **CONTRATADA** será notificada para apresentação de defesa prévia, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados da notificação.

13.10. O prazo máximo para recolhimento da multa aplicada será de até 10 (dez) dias úteis a contar do recebimento da intimação pela **CONTRATADA**.

13.11. As penalidades previstas neste instrumento são independentes entre si, podendo ser aplicadas isolada ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis.

13.12. O valor das multas aplicadas será descontado do pagamento e, se for o caso, cobrado judicialmente.

13.13. A inobservância das disposições contidas neste instrumento, bem como a ocorrência de situações indesejadas na execução do contrato ensejará a cobrança de penalidades, mediante notificação à **CONTRATADA**.

13.14. As multas serão cobradas sem prejuízo da ação judicial cabível, podendo ensejar, inclusive, a rescisão do contrato por descumprimento de obrigação. A rescisão não isenta a **CONTRATADA** da ação judicial cabível, em caso de prejuízo ao **CONTRATANTE**.

14. VALOR MÁXIMO DA CONTRATAÇÃO

14.1. A verba orçamentária destinada para execução do objeto desta licitação é originária do orçamento anual do SESCOOP/SP, com valor estimado de até R$ 3.500.000,00 (três milhões e quinhentos mil reais) por ano, ressalvada as hipóteses de alteração desse valor em decorrência de fatos imprevisíveis ou previsíveis, porém de consequências incalculáveis, ou, ainda, em caso de força maior, caso fortuito ou fato do príncipe.

14.2. A estimativa de verba de até R$ 3.500.000,00 (três milhões e quinhentos mil reais) por ano constitui mera previsão, não estando o SESCOOP/SP obrigado a realizá-la em sua totalidade, não cabendo à CONTRATADA o direito de pleitear qualquer tipo de reparação.

15. DO PREÇO, FORMA DE PAGAMENTO E REAJUSTE

15.1. O SESCOOP/SP, por sua natureza jurídica de entidade paraestatal, está impedido de realizar qualquer tipo de pagamento antecipado.

15.2. Os valores dos serviços serão aqueles consignados na proposta da CONTRATADA e não poderão ser alterados durante todo o período de vigência do contrato, considerando-se inclusos todos os tributos e demais encargos de responsabilidade da CONTRATADA, restando claro que a CONTRATADA não poderá repassar ao SESCOOP/SP o pagamento de tributos e outros encargos.

15.3. Não haverá incidência de reajuste sobre os valores contratados, considerando a peculiaridade da remuneração da contratada, que constitui em percentagem sobre os custos dos trabalhos aprovados, nem compensação financeira, salvo a da tabela referencial de custos em real do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo - SINAPRO/SP.

15.4. Qualquer atualização nos preços de referência da tabela do SINAPRO/SP deverá ser comunicada ao SESCOOP/SP e os novos valores da tabela reajustada poderão ser adotados na execução do contrato somente após 15 (quinze) dias do comunicado formal da CONTRATADA ao Gestor do Contrato.

15.5. Os pagamentos ficam condicionados à prévia certificação quanto à execução satisfatória dos serviços.

15.6. Os pagamentos serão efetuados à medida que os serviços requisitados forem entregues, mediante apresentação da(s) respectiva(s) nota(s) fiscal(is) de serviço, da(s) Ordem(ns) de Serviço, acompanhados do relatório e da(s) demonstração(ões) do valor devido a fornecedor(es).

15.6.1. A(s) nota(s) fiscal(is)/fatura(s) deverá(ão) especificar o número do Contrato; número do centro de custo e Código de Serviço e da Concorrência correspondente; ser emitida(s) pela própria CONTRATADA, obrigatoriamente com o número de inscrição no CNPJ indicado na proposta de preços e nos documentos de habilitação; conter o detalhamento do serviço prestado, de acordo com as informações contidas na Ordem de Serviço; expressar o valor em moeda corrente nacional, de acordo com o serviço prestado e em conformidade com o estipulado na proposta de preços da CONTRATADA, considerando inclusos os impostos, salários, benefícios, taxas, garantias, seguros, transporte de qualquer natureza, hospedagens, despesas administrativas, encargos sociais, previdenciários e fiscais, lucro e quaisquer outras despesas inerentes ao cumprimento da obrigação.

15.6.2. Os pagamentos serão realizados, em datas fixas: nos dias 15 e 30 de cada mês, assim os documentos recepcionados na sede do SESCOOP/SP no período de 1 a 15, serão pagos no dia 30 do mesmo mês, e, no período de 16 a 31, serão pagos no dia 15 do mês subsequente;

15.6.3. Os documentos fiscais/faturas não aprovados pelo SESCOOP/SP serão devolvidos, juntamente com os motivos de sua rejeição, para que sejam providenciadas as correções necessárias, reiniciando-se a contagem do prazo para pagamento a partir de sua reapresentação, sem qualquer tipo de correção monetária.

15.7. O pagamento será realizado mediante o cumprimento ou adimplemento de todas as obrigações previstas no edital e respectivo contrato, sem prejuízo das sanções previstas.

15.8. Para liquidação dos valores relativos à aquisição dos bens e/ou prestação de serviços será ainda observado o que segue:

a) O SESCOOP/SP se resguarda o direito de suspender o pagamento, sem qualquer ônus para si, no caso de não serem prestados os serviços nos exatos moldes especificados, conforme especificações descritas no edital e que foram propostas, aceitas e contratadas;

b) O SESCOOP/SP poderá deduzir do montante a pagar os valores referentes às penalidades devidas pela CONTRATADA, em razão de descumprimento das cláusulas contratuais, nos termos do contrato;

c) Nenhum pagamento será efetuado à CONTRATADA enquanto pendente de liquidação qualquer obrigação exigível para com o SESCOOP/SP, sem que isso gere direito a reajustamento de preços ou a correção monetária.

15.9. O não cumprimento de quaisquer obrigações contratuais ou legais sujeitará a CONTRATADA às penalidades previstas em lei e/ou em regulamento interno e/ou em contrato.

16. DAS CONDIÇÕES FINAIS

16.1. Este procedimento licitatório reger-se-á pelo disposto no Regulamento de Licitações e Contratos do SESCOOP – Resolução n.º 1990/2022 de 22 de fevereiro de 2022.

16.2. A critério do **SESCOOP/SP** esta licitação poderá:

16.2.1. Ser anulada se houver ilegalidade, de ofício ou por provocação de terceiros, mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, sem que caiba qualquer reclamação ou indenização aos licitantes; ou

16.2.2. Ser revogada, a juízo do SESCOOP/SP, se for considerada inoportuna ou inconveniente a sua realização, decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta; ou

16.2.3. Ter sua data transferida, por conveniência exclusiva do SESCOOP/SP

16.3. A simples participação nesta Concorrência implica a total aceitação, pelas Licitantes convocadas e outras que expressamente desejarem participar, de todas as condições estabelecidas nesta Concorrência.

16.4. O **SESCOOP/SP** não admitirá declarações posteriores à abertura das propostas, de conhecimento de fatos, no todo ou em parte, que dificultem ou impossibilitem o julgamento das propostas ou a adjudicação à licitante vencedora.

16.5. Quaisquer pedidos de esclarecimentos deverão ser encaminhados por escrito à CPL, no endereço: Rua Treze de Maio, 1376 - Bela Vista 01327-002, São Paulo/SP, ou por intermédio do endereço eletrônico cpl@sescoopsp.coop.br , em até dois dias úteis antes da data marcada para o recebimento dos envelopes.

16.6. As respostas às impugnações e aos pedidos de esclarecimentos, bem como quaisquer alterações ao Edital e aos seus Anexos; ou, ainda, eventual decisão de adiamento da data do recebimento dos envelopes serão divulgadas previamente a todos os interessados, antes do dia marcado para abertura do certame, por meio do endereço eletrônico https://www.sistemaocesp.coop.br/?a=licitacoes.

16.7. Qualquer manifestação em impugnar os termos deste Edital deverá ser encaminhada por escrito e contra recibo à Comissão de Licitação do SESCOOP/SP, no endereço: Rua Treze de Maio, 1376 - Bela Vista – CEP: 01327-002, São Paulo/SP. Decairá desse direito perante o SESCOOP/SP a Licitante que não o fizer em até 02 (dois) dias úteis antes da data fixada para o recebimento dos envelopes. Não impugnado o ato convocatório, preclui toda a matéria nele constante.

16.8. Após cada fase da licitação, os autos do processo ficam automaticamente com vistas aos interessados pelo prazo necessário à interposição de recursos, ressalvada a desistência expressa pela Licitante a quem assistia o direito de recorrer, ou o silêncio de qualquer delas no momento em que deveria manifestar esse interesse.

16.9. O processo Administrativo referente a esta concorrência ficará disponível para vistas e eventual solicitação de cópias de documentos. Para tanto, deverá ser apresentada solicitação ao protocolo da Instituição, dirigida à CPL, situado no endereço: Rua Treze de Maio, 1376 - Bela Vista - CEP 01327-002, São Paulo/SP.

16.10. A Contratada obriga-se a aceitar, nas mesmas condições contratuais, e mediante Termo Aditivo, os acréscimos e supressões que se fizerem necessários, no montante de até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do Contrato, de acordo com os artigos 29 e Art. 30 do Regulamento de Licitações e Contratos (Resolução n.º 1990/2022 de 22 de fevereiro de 2022).

16.11. É facultada à CPL, em qualquer fase da licitação, a promoção de **diligência destinada a esclarecer dúvidas; comprovar a veracidade das informações constantes de documentos; atestados de capacidade técnica e outras declarações apresentadas pela licitante no certame, bem como complementar a instrução do processo,** vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originariamente da proposta. O SESCOOP/SP não se responsabilizará pela eventual indisponibilidade dos meios eletrônicos de informações, no momento da diligência.

16.12. Em qualquer fase da licitação, a CPL poderá solicitar **pareceres de técnicos** pertencentes ou não ao seu quadro de colaboradores, a fim de orientar a suas decisões.

16.13. Fica assegurado ao SESCOOP/SP o direito de transferir ou cancelar, no todo ou em parte, a presente licitação, mediante justificativa, sem que em decorrência dessa medida tenham as participantes direito à indenização, compensação ou reclamação de qualquer natureza.

16.14. Após entrega dos envelopes, não cabe desistência da proposta, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão.

16.15. As instruções estabelecidas neste Edital de Licitação determinam os procedimentos que orientarão o presente processo licitatório até a assinatura do respectivo Contrato. Alegações de desconhecimento destas instruções, bem como das disposições legais que norteiam este edital, não serão aceitas como razões válidas para justificar quaisquer erros ou divergências encontradas em seus documentos de habilitação, propostas técnicas e/ou proposta de preços.

16.16. Todas as referências de tempo no Edital, no aviso e durante a Sessão Pública observarão obrigatoriamente o horário de funcionamento do SESCOOP/SP.

16.17. Toda e qualquer comunicação emitida pela comissão de licitação para os licitantes, bem como os arquivos deste edital e seus anexos, estarão disponíveis no portal do SESCOOP/SP https://www.sistemaocesp.coop.br/?a=licitacoes.

16.18. Se os envelopes 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 da 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, o SESCOOP/SP providenciará sua destruição.

16.19. A critério da Comissão de Licitação, a sessão pública poderá ser interrompida, continuando-se no dia seguinte, ou em outra data, sendo o ato devidamente comunicado aos interessados, observados todos os procedimentos para garantir a lisura do processo licitatório.

16.20. Os casos omissos deste procedimento licitatório serão resolvidos pela Comissão Permanente de Licitação do SESCOOP/SP, com aplicação do Regulamento de Licitações e Contratos do SESCOOP e legislação pertinente.

16.21. O licitante vencedor se obriga a manter, durante toda a contratação, as condições que ensejaram a sua habilitação, sob pena de aplicação das penalidades cabíveis.

16.22. O desatendimento de exigências formais não essenciais não importará no afastamento da licitante, desde que sejam possíveis a aferição de suas qualificações e a exata compreensão da proposta, durante todas as fases da presente licitação.

16.23. Na contagem dos prazos estabelecidos neste edital, será excluído o dia do início e incluído o dia do vencimento.

17. DOS ANEXOS DO EDITAL

17.1. São partes integrantes desta Concorrência os seguintes anexos:

ANEXO I – DECLARAÇÃO DE PLENO CONHECIMENTO DO OBJETO;

ANEXO II – MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO;

ANEXO III – DECLARAÇÃO DE RENÚNCIA;

ANEXO IV – DECLARAÇÃO DE HABILITAÇÃO;

ANEXO V – DECLARAÇÃO QUE NÃO EMPREGA MENOR;

ANEXO VI – DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE IMPEDIMENTO PARA CONTRATAR OU LICITAR COM O SESCOOP/SP;

ANEXO VII - DECLARAÇÃO DE MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE;

ANEXO VIII – MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO;

ANEXO IX - DECLARAÇÃO DE DISPONIBILIDADE DE EQUIPE TÉCNICA

ANEXO X - PLANILHA_PONTUAÇÃO PROPOSTA TÉCNICA

ANEXO XI - PLANILHA_PONTUAÇÃO PROPOSTA DE PREÇOS

ANEXO XII - PLANILHA_PONTUAÇÃO TOTAL

ANEXO XIII – MINUTA DO CONTRATO (Anexo 1 - Termo de Referência e seus anexos; Anexo 2 – Modelo de Ordem de Serviço; Anexo 3 - Pedido de Fornecimento; Anexo 4 – Autorização de Execução; Anexo 5 - PROPOSTA VENCEDORA)

São Paulo, 29 de julho de 2022.

_____

Glaucia Marina dos Santos

Presidente da CPL

ANEXO I DO EDITAL 001/2022 – CONCORRÊNCIA

DECLARAÇÃO DE PLENO CONHECIMENTO DO OBJETO

(em papel timbrado da empresa)

Ao

Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo no Estado de São Paulo - **SESCOOP/SP**

Ref. Concorrência nº 0XX/20XX

A Empresa _____, CNPJ nº _____, com sede na _____, representada por seu representante legal____ _____, respectivamente DECLARAM, para os fins de direito e sob as penas da lei, em atendimento ao EDITAL, que têm pleno conhecimento do objeto, local onde serão prestados os serviços objeto da referida Concorrência Pública, bem como das demais informações disponibilizadas e dos termos e condições estabelecidos neste edital e anexos, de modo que alegações posteriores em sentido contrário não ensejarão motivo a justificar ou inviabilizar o cumprimento das obrigações face ao desconhecimento dos serviços ou de dificuldades técnicas não previstas, em especial, para ensejar alterações do valor contratual.

São Paulo, ... de ..... de .....

Nome do Representante Legal:

CPF/MF:_____

ANEXO II DO EDITAL 001/2022 – CONCORRÊNCIA

MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO

(em papel timbrado da empresa)

Denominação/Razão Social:

Endereço (completo):

CNPJ/MF nº:

Telefones de contatos:

A pessoa jurídica acima identificada, neste ato representada legalmente por nome completo, portador(a) da carteira de identidade nº XXX, emitida pelo(a) XXX, e inscrito(a) no CPF/MF sob o nº XXX, CREDENCIA o(a) Sr(a). (nome completo), (nacionalidade), (estado civil), (profissão), portador(a) da carteira de identidade nº XXX, emitida pelo(a) XXX, e inscrito(a) no CPF/MF sob o nº XXX, a participar da Concorrência nº 0XX/2022 do **SESCOOP/SP**, outorgando, ao(à) credenciado(a), o poder de representá-la extrajudicialmente, perante tal entidade, podendo formular propostas, acordar, discordar e transigir, bem como acompanhar e solucionar demais ocorrências, além do poder de renunciar ao direito de interposição de recurso, e todos os demais poderes indispensáveis ao bom andamento do certame, dentre outros: (especificar os demais poderes).

São Paulo, ... de ..... de ..... .

_____

Representante Legal (nome Completo/cargo/assinatura)

A Carta de Credenciamento, obrigatoriamente, deverá estar acompanhada dos documentos constantes do item 3.1 deste Edital.

ANEXO III DO EDITAL 001/2022 – CONCORRÊNCIA

DECLARAÇÃO DE RENÚNCIA

(em papel timbrado da empresa)

NOME/RAZÃO SOCIAL:

ENDEREÇO:

MUNICÍPIO: ESTADO:

CNPJ:

A pessoa jurídica acima identificada, neste ato representada legalmente por (nome completo), portador(a) da carteira de identidade nº XXX, emitida pelo(a) XXX, e inscrito(a) no CPF/MF sob o nº XXX, DECLARA, sob as penas da lei, que **NÃO** pretende recorrer da decisão da Comissão Permanente de Licitação – CPL do **SESCOOP/SP**, que julgou as propostas e os documentos de habilitação, renunciando, assim, expressamente, ao direito de recurso e ao prazo respectivo, concordando, em consequência, com o curso do procedimento licitatório.

São Paulo, ... de ..... de .....

_____

Representante legal (nome/cargo/assinatura)

ANEXO IV DO EDITAL 001/2022 – CONCORRÊNCIA

DECLARAÇÃO DE HABILITAÇÃO

(em papel timbrado da empresa)

NOME/RAZÃO SOCIAL:

ENDEREÇO:

MUNICÍPIO: ESTADO:

CNPJ:

Pela presente declaramos inteira submissão aos preceitos legais em vigor e às cláusulas, condições e anexos do Edital de CONCORRÊNCIA nº 001/2022.

Declaramos ainda, sob as penas da Lei, que até a presente data inexistem fatos impeditivos à habilitação, no presente processo licitatório.

São Paulo, ... de ..... de ..... .

_____

Representante legal (nome/cargo/assinatura)

ANEXO V DO EDITAL 001/2022 - CONCORRÊNCIA

DECLARAÇÃO QUE NÃO EMPREGA MENORES

(em papel timbrado da empresa)

_____ **(nome da empresa)**, CNPJ nº. _____, sediada à _____ **(endereço completo)** declara que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesseis) anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos, conforme disposto no inciso XXXIII, do artigo 7° da Constituição Federal.

São Paulo, ... de ..... de .....

_____

Representante legal (nome/cargo/assinatura)

ANEXO VI DO EDITAL 001/2022– CONCORRÊNCIA

MODELO DE DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE IMPEDIMENTO PARA CONTRATAR OU LICITAR COM O SESCOOP/SP

(em papel timbrado da empresa)

Ao

Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo no Estado de São Paulo - **SESCOOP/SP**

Ref. Concorrência nº XXX/2022

_____, por seu representante legal Sr.(a)_____, inscrito no CPF/MF sob nº _____, DECLARA, para fins legais, a inexistência de impedimento para contratar ou licitar com o **SESCOOP/SP**, ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

São Paulo, ... de ..... de .....

_____

Nome, Cargo e Assinatura do Representante Legal

Razão Social

CNPJ

ANEXO VII DO EDITAL 001/2022– CONCORRÊNCIA

DECLARAÇÃO DA CONDIÇÃO DE MICROEMPRESA

E EMPRESA DE PEQUENO PORTE

(em papel timbrado da empresa)

A Empresa _____, CNPJ nº _____, com sede na _____, representada por seu representante legal, o Sr (a) _____, inscrito(a) no CPF/MF sob o nº XXX, DECLARA, sob as penas da lei, sua condição de microempresa/empresa de pequeno porte, nos termos da legislação vigente, em especial no que tange ao conceito trazido pelo art. 3º da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, estando apta a usufruir do tratamento favorecido, estabelecido nos artigos 42 a 49 da citada Lei Complementar.

São Paulo, ... de ..... de .....

_____

Representante legal (nome/cargo/assinatura)

ANEXO VIII – DO EDITAL 001/2022– CONCORRÊNCIA

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

(Papel timbrado da Empresa)

Ao Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo no Estado de São Paulo – SESCOOP/SP.

Concorrência n° 001/2022.

À Comissão de Permanente de Licitação

Prezados Senhores,

Após examinar todas as cláusulas e condições estipuladas no edital da CONCORRÊNCIA Nº 01/2022 e seus anexos, com os quais concordamos plenamente, apresentamos nossa proposta de preços para a prestação de serviço objeto desta licitação.

Informamos que estão inclusos nos preços ofertados todos os tributos, custos e despesas diretas ou indiretas, sendo de nossa inteira responsabilidade, ainda, os que porventura venham a ser omitidos na proposta ou incorretamente cotados, não nos sendo assistido o direito de pleitear, na vigência do contrato, nenhuma alteração, sob alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

1. Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

   a) Desconto a ser concedido ao SESCOOP/SP, sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de São Paulo: _____% (_____ por cento).
   b) Honorários de _____% (_____ por cento) incidentes sobre os custos de produção comprovados, realizados com a efetiva intermediação da CONTRATADA, cuja utilização pelo SESCOOP/SP proporcione à agência o desconto padrão a ser concedido pelos veículos de divulgação.
   c) Honorários de _____% (_____ por cento) incidentes sobre os custos de produção comprovados, realizados com a efetiva intermediação da CONTRATADA, cuja utilização pelo SESCOOP/SP NÃO proporcione à agência o desconto padrão a ser concedido pelos veículos de divulgação.

   d) Na vigência do contrato, do DESCONTO-PADRÃO de agência a que fazemos jus à base de um percentual bruto de 20% (vinte por cento) dos preços de tabela ou dos preços negociados para veiculação, a ser concedido pelos veículos de divulgação, repassaremos ao SESCOOP/SP, espontaneamente, sob forma de desconto, _____ (_____) pontos percentuais e permaneceremos com os _____ (_____) pontos percentuais restantes.

2. Declaramos que os preços são suficientes para a execução do objeto deste Edital, não sendo cabível nenhuma solicitação de pagamento de despesas adicionais.

3. Declaramos que estamos de pleno acordo com as especificações constantes no edital da CONCORRÊNCIA Nº 002/2022 e seus anexos.

4. Declaramos que, em relação aos direitos autorais sobre os produtos de comunicação e peças publicitárias que venhamos a produzir em decorrência do contrato com o SESCOOP/SP, ficam estabelecidos os seguintes compromissos assumidos por nossa agência:

I. A cessão total e definitiva dos direitos patrimoniais de uso das ideias, estudos, análises e planos, peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de nossa propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato.

II. Em todas as contratações que envolvem direitos autorais de terceiros, a agência se responsabilizará por solicitar de cada terceiro que vier a ser contratado dois orçamentos para execução do serviço, sendo um de cessão de direitos de autor por tempo limitado e outro prevendo a cessão total e definitiva de tais direitos, para que o SESCOOP/SP escolha uma das opções.

III. Nos casos de cessão de direitos patrimoniais por tempo limitado, a agência utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão, de cuja negociação participará ao SESCOOP/SP, inclusive no que diz respeito à reutilização de peças publicitárias.

IV. Quando o SESCOOP/SP optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva dos direitos patrimoniais da obra artística, faremos constar dos ajustes que forem celebrados com terceiros, para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços, cláusulas escritas que:

a) Explicitem a cessão total e definitiva por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, a produção e a direção, a composição, o arranjo e a execução de trilhas sonoras, as matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados.

b) Estabeleçam que o SESCOOP/SP possa, a seu juízo, utilizar os referidos direitos, diretamente, com ou sem modificações, após o término do contrato ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

c) Considerem como já incluída no custo de produção qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos, por tempo limitado ou total e definitiva.

V. Ainda em relação aos direitos patrimoniais, assumimos os seguintes compromissos:

a) Faremos constar, em destaque, todos os orçamentos de produção de peças, os custos 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.

b) Negociaremos sempre as melhores condições de preço para adquirir os direitos de imagem, de som e de voz de profissionais do setor artístico e sobre obras consagradas, nos casos de reutilização de peças publicitárias pelo SESCOOP/SP.

c) Garantiremos a transferência ao SESCOOP/SP de toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e a fornecedores.

5. Declaramos, sob as penalidades da lei, que inexiste participação de empregado ou dirigente de quaisquer das entidades operacionalmente vinculadas ao SESCOOP, bem como de ex-empregado ou ex-dirigente de quaisquer entidades a ele operacionalmente vinculadas, com menos de 180 (cento e oitenta) dias da data da respectiva demissão, seja em sua composição societária, seja como seu prestador de serviço, formalizado ou não.

6. Caso nos seja adjudicado o objeto da licitação, comprometemos a assinar o contrato no prazo determinado no documento de convocação e, para esse fim, forneceremos os seguintes dados:

DADOS DO PROPONENTE:

Razão Social:		**CNPJ/MF:**	
Endereço:			
CEP:	**Cidade:**		**UF:**
Telefone:		**E-mail:**	
Banco:	**Agência:**	**C/C:**	

DADOS DO RESPONSÁVEL PELA ASSINATURA DO CONTRATO:

Nome completo:		**Estado Civil:**	
Cargo/Função:			
Endereço:			
CEP:	**Cidade:**		**UF:**
Telefone:	**E-mail:**		
CPF/MF:	**RG:**	**Expedido por:**	

DADOS DA TESTEMUNHA NA ASSINATURA DO CONTRATO:

Nome completo:
CPF/MF:
E-mail:

O prazo de validade desta Proposta de Preços é de 120 (cento e vinte) dias, contados de sua entrega, sendo os percentuais/preço ofertado firme e irreajustável durante o prazo de validade dessa proposta.

Local, __ de _____ de 2022.

_____

(NOME COMPLETO DO REPRESENTANTE LEGAL DA PROPONENTE)
(Nº do RG do Representante Legal da Proponente)
(Cargo/função do representante da PROPONENTE)
(A proposta deverá ter firma reconhecida)

ANEXO IX DO EDITAL 001/2022 – CONCORRÊNCIA

DECLARAÇÃO DE DISPONIBILIDADE DE EQUIPE TÉCNICA
(em papel timbrado da empresa)

Ao
Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo no Estado de São Paulo - **SESCOOP/SP**
Ref. Concorrência nº 001/2022

XXXXXXXXXXXXXXXX, por seu representante legal _____, inscrito no CPF/MF sob nº XXXXXXXX declara sob as penas da lei e para fins de direito, na qualidade de licitante do presente processo licitatório, em cumprimento ao instrumento convocatório, que dispõe de equipe técnica necessária, devidamente qualificada e de acordo com o Termo de Referência, para a execução dos serviços objeto da presente licitação.

E por ser verdade, assina a presente declaração sob as penas da lei.

São Paulo, ... de ..... de .....

_____

Nome, Cargo e Assinatura do Representante Legal

Razão Social

CNPJ

Esta declaração deverá ser entrega no juntamente com a Proposta

ANEXO X - DO EDITAL 001/2022 – CONCORRÊNCIA

PLANILHA PONTUAÇÃO PROPOSTA TÉCNICA

Baixar arquivo no Link

https://www.sistemaocesp.coop.br/?a=licitacoes

ANEXO XI - DO EDITAL 001/2022 – CONCORRÊNCIA

PLANILHA PONTUAÇÃO PROPOSTA DE PREÇOS

Baixar arquivo no Link

https://www.sistemaocesp.coop.br/?a=licitacoes

ANEXO XII - DO EDITAL 001/2022 – CONCORRÊNCIA

PLANILHA PONTUAÇÃO TOTAL

Baixar arquivo no Link

https://www.sistemaocesp.coop.br/?a=licitacoes

ANEXO XIII DO EDITAL 001/2022 – CONCORRÊNCIA

MINUTA DO CONTRATO

MINUTA DO CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS XXX/2022

CONCORRÊNCIA Nº 0XX/2022

Tipo: TÉCNICA E PREÇO

QUALIFICAÇÃO DAS PARTES

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM DO COOPERATIVISMO NO ESTADO DE SÃO PAULO, pessoa jurídica de direito privado, sem fins lucrativos, criado pela Medida Provisória nº 1.715 de 03 de setembro de 1.998, Regimento Interno aprovado pelo Decreto nº 3.017 de 06 de abril de 1.999, inscrito no CNPJ/MF sob o nº 07.042.333/0001-22, com sede na Rua Treze de Maio, 1376 – Bela Vista - São Paulo/SP – CEP: 01327-002, neste ato representado por seu Superintendente Técnico Executivo, **Sr. FLÁVIO BERSANI DE FREITAS,** de acordo com os poderes lhe conferidos art. 19, XVII do seu Regimento Interno, com redação dada pela Resolução nº 91/2022 de seu Conselho de Administração do SESCOOP/SP, denominado simplesmente **SESCOOP/SP** e, de outro, **XXXXXXXXXXXXXXXXX.,** inscrita no CNPJ/MF sob o nº XXXXXXXXXXXXXXXXX, com inscrição estadual sob nº xxxx e inscrição municipal sob o nº xxxxxx, com sede XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX, neste ato representada pelos seus XXXXXXX **Sr**: **XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX**, doravante denominada **CONTRATADA**, ou em conjunto denominado **PARTES**;

Pelo presente instrumento, e na melhor forma de direito, as partes acima qualificadas, têm, entre si, justo e acertado o presente **Contrato** que se regerá pelo Regulamento de Licitações e Contratos do SESCOOP – Resolução n.º 1990/2022 de 22 de fevereiro de 2022, mediante as seguintes cláusulas e condições:

CLÁUSULA PRIMEIRA – DA VINCULAÇÃO

1.1. O presente instrumento está vinculado ao Edital de Concorrência 0XX/2022, vinculando-se, ainda ao **TERMO DE REFERÊNCIA** (Anexo 1) e a **PROPOSTA VENCEDORA** (Anexo 05), bem como aos demais anexos que fazem parte integrante deste instrumento, independentemente de transcrição.

CLÁUSULA SEGUNDA – DO OBJETO

2.1. O presente contrato tem por objeto a Contratação de 1 (uma) empresa especializada em publicidade e propaganda para prestar serviços, sob demanda, ao Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo no Estado de São Paulo (SESCOOP/SP), pelo período de 12 (doze) meses, incluindo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa de produtos de comunicação e publicidade, planejamento e execução de ações de marketing, endomarketing e de divulgação institucional, monitoramento de imagem na mídia em geral e redes sociais, compra de mídia, distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços, difundir ideias ou informar o público em geral, dentre outros, conforme condições e especificações constantes no Termo de Referência (Anexo 1) e nos demais documentos inerentes à referida contratação.

2.2. A contratação abrange o fornecimento de mão de obra, materiais e equipamentos necessários para o cumprimento do objeto supratranscrito.

CLAUSULA TERCEIRA– DA ESPECIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS

3.1. A empresa contratada deverá atender às necessidades de comunicação publicitária do SESCOOP/SP, em âmbito estadual, contemplando os seguintes serviços, além de outros que constituam seu desdobramento natural ou que lhes sejam complementares, agindo por ordem e conta do Cliente-Anunciante:

3.1.1. Estudo, planejamento, conceituação, concepção de projetos inerentes à área de comunicação publicitária, criação, produção e veiculação/distribuição de peças/campanhas, com o propósito de difundir ideias/mensagens/conteúdos, bem como implementar ações afins de interesse do SESCOOP/SP e/ou que promovam a cultura do cooperativismo.

3.2. Integram o objeto dessa contratação os seguintes serviços, além de outros que constituam seus desdobramentos naturais ou que lhes sejam complementares:

3.2.1. Estudo do conceito, ideia, marca, produto ou serviço a difundir, incluindo a identificação e análise de suas vantagens e desvantagens perante seus públicos e seu mercado;

3.2.2. Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado, no qual o conceito, ideia, marca, produto e/ou serviço encontrem melhores possibilidades de assimilação;

3.2.3. Identificação e análise das ideias, marcas, produtos e/ou serviços concorrentes.

3.2.4. Elaboração do Plano de Comunicação Publicitária, incluindo a concepção das mensagens e peças (criação) destinadas à veiculação e o estudo dos meios e veículos que, segundo técnicas adequadas, assegurem a melhor cobertura dos públicos e/ou dos mercados objetivados (Planejamento de Mídia);

3.2.5. Execução do Plano de Comunicação Publicitária, incluindo orçamento e acompanhamento, realização das peças publicitárias (produção), entrega final e instalação das peças publicitárias, bem como a compra, distribuição e controle da publicidade nos veículos contratados (execução de planos de mídia), bem como o pagamento das faturas;

3.2.6. Planejamento, contratação e execução de pesquisas de opinião e de mercado ou outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação ou sobre os resultados das ações realizadas que se fizerem necessárias à execução ou ao subsídio da estratégia de divulgação;

3.2.7. Planejamento e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com as novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

3.3. A agência de publicidade CONTRATADA deverá prestar os serviços objeto desse Termo de Referência, contemplando também:

3.3.1. Elaboração de planejamento estratégico de comunicação e planos afins, incluindo pesquisa, levantamento de perfil do target (público-alvo), análise de mercado, estudos dos meios de publicidade e plano de mídia;

3.3.2. Desenvolvimento de planos de mídia, incluindo estudo do target, definição final dos meios, negociação de verba para contratação dos meios, contratação dos espaços publicitários, envio de material para os meios e acompanhamento da veiculação.

3.3.3. Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, ideia, marca, produto e/ou serviço encontrem melhores possibilidades de assimilação;

3.3.4. Planejamento e execução de ações de comunicação publicitária e estratégias de marketing.

3.3.5. Planejamento, concepção, criação de peças para comunicação digital e posterior desenvolvimento, animação, produção, disponibilização, implementação e veiculação do material aprovado;

3.3.6. Criação e desenvolvimento de marcas, expressões de propaganda, logotipos, símbolos, ilustrações, ícones, estampas e outros elementos de programação visual, bem como suporte ao SESCOOP/SP para registros junto ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI (ou órgão equivalente), quando pertinente;

3.3.7. Planejamento e desenvolvimento de ações promocionais para divulgação de produtos e projetos do SESCOOP/SP;

3.3.8. Elaboração de relatórios de Campanhas e Projetos, em formato de apresentação, contendo objetivos, defesa, ações desenvolvidas, mídias utilizadas, peças criadas e produzidas, orçamentos e indicadores de resultados;

3.3.9. Contratação de pesquisas qualitativas e/ou quantitativas pré e/ou pós-campanha para identificar conhecimento e entendimento da marca/produtos/serviços; lembrança/conhecimento, por parte do target, das mensagens veiculadas; desenvolvimento de indicadores ou índices que permitam monitorar a efetividade das campanhas veiculadas;

3.3.10. Planejamento e contratação de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre mercado, público-alvo, meios de divulgação por meio dos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias;

3.3.11. Desenvolvimento das peças publicitárias relacionadas às campanhas (mídia ou não mídia), incluindo criação, direção de arte e finalização dos materiais, bem como envio dos arquivos finais ao SESCOOP/SP, aos fornecedores e empresas envolvidas;

3.3.12. Monitoramento e controle das inserções publicitárias (mídias contratadas) por meio de relatório com comprovação das veiculações. Para as veiculações em mídias de massa, tais como TV aberta e por assinatura, rádio, jornal, revista e internet, disponibilizar relatório de comprovação das veiculações respectivas, produzido por empresa independente e especializada em aferição ou auditoria de veiculação de mídia, quando possível;

3.3.13. Redação e revisão gramatical e ortográfica de textos de comunicação publicitária;

3.3.14. Elaboração de projetos de comunicação visual de promoção da marca SESCOOP/SP em feiras, congressos, blitz promocionais e outros, incluindo a concepção visual e a elaboração de peças, bem como a montagem de toda a estrutura de estandes, quando necessário;

3.3.15. Planejamento e execução de projetos de comunicação para potencializar a experiência da marca SESCOOP/SP, e do cooperativismo, com os seus diversos públicos de interesse;

3.3.16. Planejamento, elaboração e desenvolvimento de peças de comunicação para ações de endomarketing, junto ao público interno de cooperativados.

3.3.17. Planejamento de comunicação visual para pontos de atendimento e de experiências do cliente com a marca SESCOOP/SP;

3.3.18. Planejamento e desenvolvimento de estratégias de comunicação publicitária nas redes sociais que facilitem o contato do SESCOOP/SP com o seu público-alvo;

3.3.19. Editoração, adequação de conteúdo e de linguagem e revisão de publicações impressas e digitais (cartilhas, relatório de atividade anual, revistas, jornais, catálogos, boletins, cadernos, folders, folhetos, dentre outros) inerentes à comunicação publicitária;

3.3.20. Planejamento, concepção, criação, produção e monitoramento de mensagens e peças de comunicação digital para websites, dispositivos móveis, e-mail marketing, redes sociais, dentre outras atividades afins;

3.3.21. Elaboração de roteiros e produções de audiovisuais.

3.3.21.1. A CONTRATADA deverá disponibilizar, sem custos, acesso a banco de imagens para utilização em peças de comunicação do SESCOOP/SP, sendo que:

a. Observada as disposições quanto aos direitos autorais, o banco de imagens deverá possuir acervo mínimo de 5.000.000 (cinco milhões) de imagens (incluindo fotos, ilustrações e imagens vetoriais e banco de vídeos) de caráter informativo e ilustrativo, com resolução mínima de 1.000 x 700 pixels e 300dpi, permitindo a realização de 200 (duzentas) imagens de downloads/mês, durante a vigência da contratação.

b. O acervo deverá conter imagens que incluam a diversidade étnica, socioeconômica e cultura brasileira, abrangendo temas tais como: cooperativismo, varejo, indústria, serviços, inovação, tecnologia, negócios, agronegócios, sustentabilidade, educação, cultura cooperativista, qualidade de vida, ações sociais, além dos sete ramos do cooperativismo (agropecuário, crédito, transporte, trabalho e produção de bens/serviços, saúde e consumo), entre outros.

3.4. Os serviços que serão executados pela CONTRATADA deverão englobar o fornecimento de toda a mão-de-obra, material e equipamento necessários, sendo permitida a contratação de fornecedores de bens e serviços auxiliares da propaganda, necessários ao cumprimento do objeto licitado. Nessa hipótese, a CONTRATADA será responsável pela administração dos suprimentos de bens e serviços de terceiros, fornecedores e pela integral execução dos serviços que competirem a ela, arcando integralmente com quaisquer custos e encargos decorrentes.

3.5. Os arquivos de materiais desenvolvidos na execução dos serviços contratados (artes, fotolitos, audiovisuais etc.) ficarão sob a guarda da CONTRATADA pelo período de até cinco anos, após o término da vigência do contrato, disponíveis a qualquer tempo ao SESCOOP/SP, que poderá, a seu critério, requisitar cópias para comprovação da prestação do serviço, sendo vedada a transferência a agentes de qualquer espécie ou o uso, pela CONTRATADA, além das finalidades definidas nos planos da campanha específica.

3.5.1. Ainda que a CONTRATADA tenha que manter sob a sua guarda os arquivos desenvolvidos na execução do contrato, ela deverá entregar ao SESCOOP/SP, após o término de cada trabalho, os respectivos arquivos finalizados, mediante link para download da pasta gráfica de cada demanda, composta por:

a) Todos os arquivos originais entregues pelo SESCOOP/SP para a elaboração do trabalho;

b) Todos os arquivos finalizados, abertos (editáveis), com os links de imagens/arquivos usados na produção, as fontes tipográficas utilizadas e todos os demais vínculos necessários para reedições e/ou reproduções;

c) Todos os arquivos finalizados, fechados e acompanhados das especificações técnicas para impressão, quando pertinente;

d) Todos os arquivos fechados deverão ser entregues nas versões: PDF em alta resolução (com marca de corte para impressão gráfica) e PDF em baixa resolução (para disseminação via mídias digitais).

CLÁUSULA QUARTA – DA EXPECTATIVA DE PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS

4.1. A execução dos serviços listados constituirá mera expectativa da empresa a ser contratada, uma vez que os serviços serão executados exclusivamente sob demanda do CONTRATANTE.

CLÁUSULA QUINTA - DO LOCAL DE PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS E DE SUA ABRANGÊNCIA

5.1. Todas as atividades necessárias à execução do contrato deverão ser realizadas em espaços físicos e instalações da CONTRATADA OU DA CONTRATANTE.

5.2. As reuniões para repasse e alinhamento de informações necessárias à execução dos serviços serão realizadas de forma remota ou presencial, sendo, nesse caso, preferencialmente, na sede do SESCOOP/SP ou em local onde este determinar.

5.3. A prestação de serviços terá abrangência em todo o Estado de São Paulo, podendo incluir ações locais, em campanhas específicas.

CLÁSULA SEXTA - DA EXECUÇÃO DAS ATIVIDADES E ESTRUTURA DA CONTRATADA

6.1. A execução dos serviços será feita sob demanda, com o acompanhamento e supervisão da Coordenação de Marketing do SESCOOP/SP.

6.2. A agência contratada deverá dedicar seu melhor esforço e trabalhar em estreita colaboração com a Coordenação de Marketing do SESCOOP/SP, de modo a assegurar que a Comunicação Publicitária alcance os objetivos pretendidos e que a entidade obtenha o melhor retorno do seu investimento em publicidade, seja sob a forma de resultados quantificáveis, seja pela agregação contínua de valor à sua marca, conceito ou ideia.

6.3. Para assegurar agilidade e cumprimento de prazos no atendimento às demandas, caso a CONTRATADA não possua, a mesma deverá constituir, em até 30 (trinta) dias após a assinatura do contrato, equipe experiente nas respectivas funções e em quantidade adequada para prestar os serviços previstos nessa licitação, assim minimamente definida:

a) 1 (um) Diretor(a) de Conta

b) 1 (um) Profissional de Atendimento

c) 1 (uma) dupla de criação

d) 1 (um) profissional de mídia

e) 1 (um) profissional de Planejamento

6.4. A empresa CONTRATADA deverá indicar o seu profissional de atendimento em até 7 (sete) dias corridos após sua contratação, para atendimento às demandas do SESCOOP/SP.

6.5. O SESCOOP/SP poderá solicitar a substituição de qualquer profissional da equipe técnica da CONTRATADA sem ônus para a entidade, caso entenda que o profissional não esteja desempenhando adequadamente seu papel. Nesse caso, a CONTRATADA terá até 7 (sete) dias corridos para disponibilizar um novo profissional de experiência equivalente ou superior.

6.6. A contratada, ao ser demandada para prestar qualquer serviço que envolva fornecedores, deverá apresentar proposta de preços de serviços de terceiros, que ficará sujeita à aprovação do SESCOOP/SP. Será verificada a sua compatibilidade com os preços de mercado e com as cláusulas contratuais, sendo a remuneração devida em conformidade com a proposta aprovada.

6.7. Como regra de comprovação de pesquisa de preço dos serviços que não sejam de natureza interna à agência e que forem realizados com intermediação da empresa contratada, sob autorização e supervisão do SESCOOP/SP, para fins de execução da comunicação publicitária da entidade, a agência deverá apresentar no mínimo 3 (três) orçamentos obtidos entre empresas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido. Os orçamentos deverão estar em conformidade com os padrões estabelecidos pelo SESCOOP/SP.

CLÁUSULA SÉTIMA- DO PRAZO PARA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

7.1. Os serviços descritos no Termo de Referência serão formalizados por meio de Ordem de Serviço, a ser emitida e encaminhada pelo SESCOOP/SP à CONTRATADA.

7.2. A Ordem de Execução assinada pela CONTRATADA deverá ser devolvida ao CONTRATANTE no prazo máximo de 1 (um) dia útil, o que poderá ser feito por e-mail ou por outro sistema eletrônico, a critério do SESCOOP/SP.

7.3. Os prazos de referência para execução dos serviços internos provenientes desta licitação serão os seguintes:

ITEM	**SERVIÇOS**	**PRAZOS MÁXIMOS** (em dias úteis)

1	Criação de campanhas pontuais, internas ou externas, contemplando ou não peças gráficas, banners para mídias sociais e planos de mídia, quando pertinente.	7 (sete) dias
2	Criação de campanhas voltadas para públicos específicos, incluindo estratégia de divulgação, peças gráficas e eletrônicas (VT e Spot) e plano de mídia, quando pertinente.	12 (doze) dias
3	Criação de campanhas institucionais, de veiculação ampla, incluindo a estratégia de divulgação, peças gráficas e eletrônicas (VT e Spot), posts (formato de imagem, vídeo, texto, áudio ou todos eles juntos) e plano de mídia.	15 (quinze) dias
4	Criação e arte-finalização de campanhas digitais, hotsite / banners digitais / e-mail marketing, incluindo plano de mídia, quando pertinente).	10 (dez) dias
5	Criação e arte-finalização de peças avulsas, tais como anúncios, folhetos, cartões, banners e afins.	3 (três) dias
6	Criação e arte-finalização de peças gráficas como infográfico, folders e afins.	5 (cinco) dias
7	Criação e arte-finalização de peças digitais avulsas	2 (dois) dias
8	Criação e arte-finalização de hotsite	5 (cinco) dias
9	Produção de audiovisual com duração de até 60 (sessenta) segundos, incluindo roteiro e produção.	10 (dez) dias
10	Produção de audiovisual com duração acima de 60 (sessenta) segundos, incluindo roteiro e produção.	15 (quinze) dias
11	Produção de comunicação visual para estande para ativação da marca	15 (quinze) dias

7.4. Os prazos referenciais serão contados a partir da data de recebimento, pela CONTRATADA, da Ordem de Serviço (ou outro documento equivalente).

7.4.1. Caso seja necessário ampliar o prazo de entrega, a CONTRATADA deverá formalizar a Ordem de Serviço com a devida justificativa, cabendo à Coordenação de Marketing analisar e, se for o caso, redefinir os prazos em acordo com a CONTRATADA.

7.4.2. Os prazos referenciais de execução poderão ser reduzidos, sem custo adicional para o SESCOOP/SP, mediante acordo entre as partes, em caso de comprometimento da imagem institucional do CONTRATANTE.

7.5. O não atendimento reiterado aos prazos exigidos será interpretado como descumprimento contratual, podendo ensejar as penalidades cabíveis.

CLÁUSULA OITAVA - DOS CRITÉRIOS DE ENTREGA E ACEITAÇÃO DO OBJETO

8.1. Para cada demanda, os serviços deverão ser executados conforme Ordem de Serviço encaminhada à CONTRATADA, bem como estar condizentes com o briefing apresentado e acordado entre as partes em reunião de serviço.

8.2. Os serviços poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando em desacordo com o briefing ou quando reprovado pela Coordenação de Marketing por não atender à necessidade de comunicação, devendo a CONTRATADA providenciar a correção às suas expensas, sem prejuízo da aplicação das penalidades previstas no edital e respectivo contrato.

8.3. O prazo máximo para correção dos serviços considerados inadequados será de 3 (três) dias corridos para serviços simples, 5 (cinco) dias corridos para serviços de média complexidade e de 10 (dez) dias corridos para serviços de maior complexidade, contados a partir da data de recebimento da notificação pela CONTRATADA.

8.4. A ordem de serviço indicará o grau de complexidade do serviço solicitado para efeito de contagem de prazos.

CLÁUSULA NONA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

9.1. São obrigações da **CONTRATADA**, **além daquelas definidas no item 10 do Termo de Referência**, Anexo 1, deste contrato:

9.1.1. Caso a CONTRATADA não possua, deverá constituir, em até 30 (trinta) dias após a assinatura do contrato, equipe experiente, contendo profissionais nas funções abaixo descritas e em quantidade adequada para prestar os serviços previstos nessa licitação, assim minimamente definida:

a) 1 (um) Diretor(a) de Conta

b) 1 (um) Profissional de Atendimento

c) 1 (uma) dupla de criação

d) 1 (um) profissional de mídia

e) 1 (um) profissional de Planejamento

9.1.2. A comprovação da existência da equipe elencada na cláusula 9.1.1, se dará por meio de:

a) cópia da CTPS – Carteira de Trabalho e Previdência Social com o devido registro ou;

b) vínculo societário com a empresa (Contrato Social e a sua última alteração ou ata de eleição) ou

c) contrato de Prestação de Serviços.

9.1.3. A empresa CONTRATADA deverá indicar o seu profissional de atendimento em até 7 (sete) dias corridos após sua contratação, para atendimento às demandas do SESCOOP/SP.

9.1.4. O SESCOOP/SP poderá solicitar a substituição de qualquer profissional da equipe técnica da CONTRATADA sem ônus para a entidade, caso entenda que o profissional não esteja

desempenhando adequadamente seu papel. Nesse caso, a CONTRATADA terá até 7 (sete) dias corridos para disponibilizar um novo profissional de experiência equivalente ou superior.

9.1.5. A contratada, ao ser demandada para prestar qualquer serviço que envolva fornecedores, deverá apresentar proposta de preços de serviços de terceiros, que ficará sujeita à aprovação do SESCOOP/SP. Será verificada a sua compatibilidade com os preços de mercado e com as cláusulas contratuais, sendo a remuneração devida em conformidade com a proposta aprovada.

9.1.6. Como regra de comprovação de pesquisa de preço dos serviços que não sejam de natureza interna à agência e que forem realizados com intermediação da empresa contratada, sob autorização e supervisão do SESCOOP/SP, para fins de execução da comunicação publicitária da entidade, a agência deverá apresentar no mínimo 3 (três) orçamentos obtidos entre empresas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido. Os orçamentos deverão estar em conformidade com os padrões estabelecidos pelo SESCOOP/SP.

9.1.7. A Contratada deverá dedicar seu melhor esforço e trabalhar em estreita colaboração com a Coordenação de Marketing do SESCOOP/SP, de modo a assegurar que a Comunicação Publicitária alcance os objetivos pretendidos e que a entidade obtenha o melhor retorno do seu investimento em publicidade, seja sob a forma de resultados quantificáveis, seja pela agregação contínua de valor à sua marca, conceito ou ideia.

9.1.8. Executar este contrato sob sua inteira responsabilidade técnica, de acordo com as especificações da Concorrência n. º 001/2022, observando, ainda, no que couber, as normas, regulamentos e instruções vigentes no **SESCOOP/SP**, sendo certo que a presença do **SESCOOP/SP** na prestação de serviços, não exclui, ou diminui essa responsabilidade;

9.1.9. Responsabilizar-se pelo pagamento dos encargos trabalhistas, previdenciários e aqueles relacionados à prevenção de acidentes de trabalho, oriundos desta contratação, referentes aos seus empregados, colaboradores, prestadores de serviços e/ou subcontratados, uma vez que, não decorre do presente contrato qualquer vínculo empregatício com o **SESCOOP/SP** ou eventuais prepostos;

9.1.10. Fornecer a qualquer tempo informações e/ou documentos referentes ao correto cadastro da **CONTRATADA**, nas obrigações acessórias, em todas as esferas (Federal, Municipal e Estadual), inclusive no que tange as obrigações trabalhistas.

9.1.11. Renunciar, expressamente, a qualquer vínculo de solidariedade, ativa ou passiva, para com o **SESCOOP/SP,** haja vista que a inadimplência da **CONTRATADA,** com referência aos encargos estabelecidos, anteriormente, não transferem a responsabilidade por seu pagamento ao **SESCOOP/SP;**

9.1.12. Responsabilizar-se integralmente, por eventuais indenizações, havendo qualquer reclamação de cunho trabalhista contra o **SESCOOP/SP** envolvendo empregado, colaborador, prestador de serviços e/ou subcontratados**,** isentando o **SESCOOP/SP** de qualquer responsabilidade na lide;

9.1.13. Responder por toda e qualquer demanda cível ou criminal decorrente de sua culpa exclusiva ou dolo, devidamente comprovados, derivadas das atividades previstas neste contrato, inclusive perante terceiros, não excluindo ou reduzindo essa responsabilidade à fiscalização ou o acompanhamento do **SESCOOP/SP**;

9.1.14. Responsabilizar-se por quaisquer acidentes de que possam ser vítimas seus empregados, colaboradores, prestadores de serviços e/ou subcontratados, na execução do objeto contratado,

nas dependências do **SESCOOP/SP** ou em qualquer outro local onde estejam prestando os serviços, devendo adotar todas as providências, que a respeito exigir a legislação em vigor;

9.1.15. Informar aos seus empregados, colaboradores, prestadores de serviços e/ou subcontratados, envolvidos na execução dos serviços contratados, o conteúdo do presente instrumento;

9.1.16. Efetuar, por sua conta, o pagamento dos impostos, licenças e taxas federais, estaduais, distritais e municipais, incidentes sobre sua atividade e/ou sob sua responsabilidade, decorrentes deste instrumento, comprovando tais pagamentos ao **SESCOOP/SP**, sempre que este solicitar;

9.1.17. Responsabilizar-se por danos e perdas causados ao meio ambiente, nas esferas cível, administrativa e criminal, e/ou a terceiros, decorrentes de qualquer violação por parte da **CONTRATADA** à legislação ambiental federal, estadual e/ou municipal, em decorrência da prestação de serviços objeto deste contrato recairá direta e integralmente sobre a **CONTRATADA**, ainda que os referidos danos decorram de ação ou omissão dolosa ou culposa dos empregados e/ou de terceiros por ela contratados, bem como de eventuais situações consideradas de caso fortuito ou de força maior;

9.1.18. Prestar os serviços por meio de profissionais qualificados e capacitados;

9.1.19. Comunicar ao Gestor do Contrato no **SESCOOP/SP**, de forma detalhada, sobre qualquer eventualidade ou ocorrência, que possa vir a prejudicar a execução do objeto deste contrato;

9.1.20. Manter em compatibilidade com as obrigações assumidas, durante a execução do objeto deste contrato, todas as condições de habilitação, regularidade fiscal e de qualificação exigidas no Edital;

9.1.21. Ficam também, sob a responsabilidade e por conta da **CONTRATADA**, quaisquer multas porventura impostas ao **SESCOOP/SP**, por força de obrigação legal inadimplida e de responsabilidade da **CONTRATADA**;

9.1.22. Não poderá a **CONTRATADA** pleitear acréscimo de preço sob alegação de falhas, omissões ou inexequibilidade de qualquer parte das normas e especificações, entendendo-se previstos nos preços constantes da proposta, o custo dos serviços e das modificações que forem imprescindíveis à execução;

9.1.23. A **CONTRATADA** obriga-se a executar quaisquer serviços extraordinários que decorram de modificações das normas e especificações, ou outros serviços complementares solicitados pelo **SESCOOP/SP**, mediante solicitação escrita, observando-se para a sua execução, os preços que figurem na proposta da contratada, cabendo ao **SESCOOP/SP** a análise e aprovação desses preços. Não constando esses preços na proposta, serão apresentadas pela **CONTRATADA** novas composições para análise e aprovação por parte do **SESCOOP/SP**;

9.1.24. Responsabilizar-se pelas providencias necessárias à obtenção junto aos órgãos competentes locais de todas as licenças necessárias à execução dos serviços objeto deste contrato;

9.1.25. Dar ciência ao **SESCOOP/SP**, de imediato, do recebimento de quaisquer notificações, avisos ou interpelações de autoridades competentes que digam respeito aos serviços ora contratados;

9.1.26. Informar por escrito, ao **SESCOOP/SP**, sem prejuízo das comunicações que devam ser feitas às autoridades competentes;

9.1.27. Manter sigilo sobre todo e qualquer assunto de interesse do **SESCOOP/SP** ou de terceiros ou de que tomar conhecimento em razão da contratação, devendo orientar seus empregados,

colaboradores, prestadores de serviços e/ou subcontratados nesse sentido, sob pena de responsabilidade civil, penal e administrativa, conforme o caso;

9.1.28. A **CONTRATADA** fica obrigada a aceitar nas mesmas condições licitadas os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, respeitando-se os limites estabelecidos nos artigos 29 e 30 da Resolução n.º 1990/2022 de 22 de fevereiro de 2022 e disposições legais, sem que caiba qualquer tipo de ressarcimento a **CONTRATADA**, seja a que título for.

9.1.29. Respeitar os prazos acordados com o **SESCOOP/SP**;

9.1.30. Agir segundo as normas e diretrizes do **SESCOOP/SP** e legislação pertinente;

9.1.31. Emitir documento fiscal de acordo com as especificações previamente informadas pelo **SESCOOP/SP**, devendo identificar em seu bojo: o número do centro de custo, código de serviços, número de contrato e a descrição dos serviços prestados, sendo certo que a ausência de tais informações poderá acarretar a devolução do documento para as adequações necessárias, bem como a suspensão do pagamento dos serviços até posterior apresentação da nota fiscal/fatura.

9.1.32. Responsabilizar-se por todos os custos e despesas referentes à execução dos serviços, tais como salários, alimentação, transporte e hospedagens de seus empregados ou prepostos, não cabendo ao SESCOOP/SP quaisquer ônus decorrentes da realização dos serviços ora contratados;

9.1.33. Tomar todos os cuidados necessários no sentido de garantir proteção e segurança as pessoas envolvidas direta ou indiretamente com a execução dos serviços;

9.1.34. Manter atendimento contínuo em horário comercial;

9.1.35. Respeitar as normas e procedimentos de controle de acesso às dependências do SESCOOP/SP, quando da prestação dos serviços, mantendo seus empregados identificados por crachá, observando, ainda, as normas internas de segurança;

9.1.36. Caberá à contratada integral responsabilidade por quaisquer danos causados ao **SESCOOP/SP** e a terceiros, durante a execução dos serviços, sempre que forem decorrentes de negligência, imperícia ou omissão de sua parte.

9.1.37. Observar as boas práticas e técnica recomendada, quando da realização dos serviços que são de inteira responsabilidade da **CONTRATADA**, que responderá em seu próprio nome perante os órgãos fiscalizadores;

9.1.38. Manter sigilo sobre todas as informações relativas ao serviço e ao **SESCOOP/SP**;

9.1.39. Comunicar toda e qualquer ocorrência em relação a trabalho contratado e suas implicações;

9.1.40. Obedecer às normas vigentes para aspectos técnicos da contratação, bem como o código de ética profissional do **SESCOOP/SP** e normativos pertinentes a contratação;

9.1.41. Estar em dia com suas obrigações fiscais, encargos trabalhistas, previdenciários e comerciais decorrentes da execução desta prestação de serviços;

9.1.42. Aceitar, nas mesmas condições contratuais, e mediante celebração de Termo Aditivo, os acréscimos que se fizerem necessários, no montante de até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, de acordo com o art. 30 do Regulamento de Licitações e Contratos do SESCOOP/SP;

9.1.43. Em caso de acidente do trabalho, a empresa deverá tomar todas as medidas legais e seguir as normas pertinentes.

9.1.44. Qualquer empregado que, a critério desta, venha demonstrar conduta nociva, incapacidade técnica ou mantiver atitude hostil para com os prepostos do **SESCOOP/SP** deverá ser substituído imediatamente, quando solicitado pelo **SESCOOP/SP**, sendo desnecessária qualquer declaração por escrito dos motivos da solicitação.

9.1.45. Para os serviços que não sejam de natureza interna da CONTRATADA que tenham a finalidade de execução da comunicação publicitária da entidade e que forem realizados com sua intermediação, com autorização e supervisão do SESCOOP/SP, deverá apresentar no mínimo 3 (três) orçamentos obtidos entre empresas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, para fins de pesquisa de preço. Os orçamentos apresentados deverão conter as informações recomendadas pelo SESCOOP/SP, e serão repassadas à contratante de acordo com o tipo de serviço ou produto e no momento da solicitação pelo SESCOOP/SP. Para tanto, as notas fiscais/faturas destes serviços/produtos de terceiros devem ser emitidas em nome da contratada;

9.1.46. A exigência do item 9.1.45 não se aplica aos serviços de mídia. Nesse caso, os custos e as despesas de veiculação apresentados ao SESCOOP/SP para pagamento deverão estar acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação;

9.1.47. A CONTRATADA só poderá reservar e/ou comprar espaço ou tempo publicitário junto aos veículos de divulgação, por conta e por ordem do SESCOOP/SP, se tiver sido expressamente autorizada para tal;

9.1.48. Salvo prévia e expressa estipulação em contrário, a CONTRATADA deverá absorver o custo dos serviços internos e/ou externos de pesquisas regulares de audiência, auditoria de circulação e controle de mídia, disponíveis no mercado, necessários à prestação de serviços de controle da verba do SESCOOP/SP;

9.1.49. A contratação de serviços que não sejam de natureza interna da agência, tais como serviços de fotografia, filmagem, produção de vídeo, veiculação de mídia impressa e/ou televisiva, entre outros, deverá ser previamente autorizada pelo SESCOOP/SP. A CONTRATADA deverá emitir relatório com a descrição dos serviços prestados, que deverá estar acompanhado da demonstração do valor devido aos fornecedores (com tabela de preços, descontos negociados, pedidos de inserção, relatório de checagem de inserções, entre outras comprovações possíveis) para fins de comprovação da contratação e para trazer subsídios para a fiscalização dos serviços;

9.1.50. Fazer o controle das inserções publicitárias (mídias contratadas) por meio de relatório com comprovação das veiculações. Para as veiculações em mídias de massa, tais como TV aberta e por assinatura, rádio, jornal, revista e internet, disponibilizar relatório de comprovação das veiculações respectivas, produzido por empresa independente e especializada em aferição ou auditoria de veiculação de mídia, quando possível;

9.1.51. Os serviços descritos no item 3 do Termo de Referência, bem como outros previstos no contrato, não esgotam as possibilidades de atividades que poderão ser demandadas à CONTRATADA, que deverá prestar, para cumprimento do contrato, todo serviço solicitado pelo SESCOOP/SP que esteja incluído no âmbito de atuação das agências de publicidade;

9.1.52. A CONTRATADA negociará sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos, para os direitos de imagem de som e de voz de profissionais do setor artístico e sobre obras consagradas, nos casos de reutilização de peças publicitárias pelo SESCOOP/SP;

9.1.53. A CONTRATADA fará constar, em destaque, todos os orçamentos de produção de peças, os custos 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;

9.1.54. A CONTRATADA garantirá a transferência ao SESCOOP/SP de toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e a fornecedores;

9.1.55. Entregar ao SESCOOP/SP, mensalmente ou conforme cronograma de execução aprovado, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas para cada campanha realizada, além de relatório dos serviços em andamento, com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio de desenvolvimento;

9.1.56. Com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambas tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades, a CONTRATADA deverá registrar em Relatório de Atendimento todas as reuniões de serviço realizadas com o SESCOOP/SP, devendo enviar esses relatórios ao SESCOOP/SP no prazo máximo de 2 (dois) dias úteis após a sua realização;

9.1.57. Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, o SESCOOP/SP solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 2 (dois) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório;

9.1.58. Responder perante o SESCOOP/SP e terceiros, em função dos serviços sob sua responsabilidade, por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou omissão, na veiculação de publicidade, ou por erro que tenha cometido durante a execução dos serviços objeto desse Contrato e respectivo Termo de Referência;

9.1.59. 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 SESCOOP/SP;

9.1.60. Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção da propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato;

9.1.61. Ceder ao SESCOOP/SP os direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir em decorrência do contrato firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após o término da vigência do contrato;

9.1.62. Ceder ao SESCOOP/SP os direitos patrimoniais de uso das ideias, estudos, análises e planos, peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato;

9.1.63. Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, para execução dos serviços objeto desse Contrato e Termo de Referência (Anexo 1), bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e o próprio SESCOOP/SP.

CLÁUSULA DÉCIMA - DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

10.1. São obrigações do **SESCOOP/SP, além daquelas definidas no item 11 do Termo de Referência**, Anexo 1, deste contrato:

10.1.1. Designar empregado para acompanhar, fiscalizar e conferir a execução do objeto contratual, fazendo o necessário para que a CONTRATADA possa executar a prestação dos serviços dentro das normas estabelecidas neste contrato;

10.1.2. Permitir o acesso dos empregados da CONTRATADA às instalações nas quais estejam previstas atividades inerentes à prestação dos serviços e/ou realização de reuniões, desde que devidamente identificados com crachás;

10.1.3. Prestar as informações e os esclarecimentos pertinentes ao objeto, que venham a ser solicitados pelo representante da CONTRATADA;

10.1.4. Recusar o recebimento do serviço em desacordo com as especificações constantes nesse Contrato nos demais documentos relativos ao processo de contratação, como o edital e contrato.

10.1.5. Notificar a CONTRATADA, imediatamente e por escrito, sobre imperfeições, falhas ou irregularidades constatadas na prestação dos serviços, para que sejam adotadas as medidas corretivas necessárias;

10.1.6. Solicitar a substituição de qualquer profissional da equipe técnica da CONTRATADA caso entenda que ele não está desempenhando adequadamente seu papel.

10.1.7. Solicitar à CONTRATADA a correção dos relatórios de Atendimento, relatórios de Despesas de produção e veiculação autorizadas ou relatórios de Serviço se houver erros no registro dos assuntos tratados/despesas autorizadas/serviços demandados, no prazo máximo de 2 (dois) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório;

10.1.8. Solicitar à CONTRATADA a correção da nota fiscal de serviços, quando apresentar erros em relação ao que estabelece esse Contrato e seus anexos;

10.1.9. Efetuar os devidos pagamentos, na forma e nos prazos estipulados no instrumento convocatório e contratual que dele resultar, desde que atendidas todas as formalidades previstas, ou indicar as razões da recusa;

10.1.10. Acompanhar a CONTRATADA quanto à manutenção dos requisitos de habilitação durante toda a vigência do contrato;

10.1.11. Aplicar à CONTRATADA, quando for o caso, as penalidades regulamentares e contratuais;

10.1.12. Observar as disposições da Lei Geral de Proteção de Dados (Lei n.º 13.709/2018) na execução das atividades.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DA FISCALIZAÇÃO

11.1. A fiscalização deste contrato será exercida pela Sra. XXXX, e a gestão pela Sra. XXXX, nomeada(o) pelo Termo de Nomeação de Gestor e Fiscal, como responsáveis pela consecução do objeto firmado neste Contrato.

11.2. O Gestor deverá promover o registro das ocorrências verificadas adotando as providências necessárias ao fiel cumprimento das cláusulas definidas neste instrumento e seus anexos, edital e demais obrigações impostas à **CONTRATADA** e ao **SESCOOP/SP.**

11.3. Caberá ao Gestor e Fiscal:

11.3.1. Acompanhar e fiscalizar o cumprimento e execução dos serviços, nos termos estabelecidos entre as partes, sob os aspectos quantitativos e qualitativos, conforme obrigações contratuais assumidas pela **CONTRATADA**;

11.3.2. Assegurar-se pela boa execução do objeto, verificando sempre o seu bom desempenho;

11.3.3. Documentar e comunicar à **CONTRATADA**, por escrito, as ocorrências havidas de eventuais imperfeições no curso de execuções dos serviços, fixando prazo para sua correção;

11.3.4. Recusar pagamento dos serviços que não forem prestados de acordo com o contratado;

11.3.5. Emitir pareceres em todos os atos relativos à execução do contrato, em especial aplicação de sanções, alterações e repactuações.

11.4. A fiscalização de que trata este item não exclui nem reduz a responsabilidade da **CONTRATADA** pelos danos causados ao **SESCOOP/SP** ou a terceiros, resultantes de imperfeições técnicas, vícios ou emprego de material inadequado ou de qualidade inferior e, na ocorrência deste, não implica em corresponsabilidade do **SESCOOP/SP** ou de seus agentes e prepostos.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DO PREÇO

12.1. O valor **estimado** para esta contratação é de até **R$ 3.500.000,00 (três milhões e quinhentos mil reais) por ano**, ressalvada as hipóteses de alteração desse valor em decorrência de fatos imprevisíveis ou previsíveis, porém de consequências incalculáveis, ou, ainda, em caso de força maior, caso fortuito ou fato do príncipe.

12.2. O valor acima descrito constitui mera previsão, não estando o SESCOOP/SP obrigado a realizá-lo em sua totalidade, não cabendo à CONTRATADA o direito de pleitear qualquer tipo de reparação.

12.3. A **CONTRATADA** declara ter analisado as normas e especificações que integram o contrato, considerando-as adequadas à completa e integral execução dos serviços até o final. Em decorrência, não poderá a CONTRATADA pleitear pagamentos adicionais relativos a eventuais serviços não constantes na Planilha de Preços, porém necessários à cabal execução dos serviços, ficando claro e entendido que os preços da proposta cobrem todas as despesas diretas e indiretas para a sua efetiva realização.

12.4. O SESCOOP/SP, por sua natureza jurídica de entidade paraestatal, está impedido de realizar qualquer tipo de pagamento antecipado.

12.5. Os valores dos serviços serão aqueles consignados na proposta da CONTRATADA e não poderão ser alterados durante todo o período de vigência do contrato, considerando-se inclusos todos os tributos e demais encargos de responsabilidade da CONTRATADA, restando claro que a CONTRATADA não poderá repassar ao SESCOOP/SP o pagamento de tributos e outros encargos.

12.6. Não haverá incidência de reajuste sobre os valores contratados, considerando a peculiaridade da remuneração da contratada, que constitui em percentagem sobre os custos dos trabalhos aprovados, nem compensação financeira, salvo a da tabela referencial de custos em real do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo - SINAPRO/SP.

12.7. Qualquer atualização nos preços de referência da tabela do SINAPRO-SP deverá ser comunicada ao SESCOOP/SP e os novos valores da tabela reajustada poderão ser adotados na execução do contrato somente após 15 (quinze) dias do comunicado formal da CONTRATADA ao Gestor do Contrato.

12.8. Os pagamentos ficam condicionados à prévia certificação quanto à execução satisfatória dos serviços.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

13.1. Os pagamentos serão efetuados à medida que os serviços requisitados forem entregues, mediante apresentação da(s) respectiva(s) nota(s) fiscal(is) de serviço, da(s) Ordem(ns) de Serviço, acompanhados do relatório e da(s) demonstração(ões) do valor devido a fornecedor(es).

13.2. O pagamento será realizado mediante o cumprimento ou adimplemento de todas as obrigações previstas no edital e respectivo contrato, sem prejuízo das sanções previstas.

13.3. Os pagamentos do SESCOOP/SP serão realizados, em datas fixas: nos dias 15 ou 30 de cada mês, assim os documentos recepcionados na sede do SESCOOP/SP no período de 01 a 15, serão pagos no dia 30 do mesmo mês, e, no período de 16 a 31, serão pagos no dia 15 do mês subsequente.

13.4. O (s) pagamento (s) referido (s) no item anterior será (ao) procedido (s) através de depósito bancário em conta de titularidade da CONTRATADA ou, Boleto Bancário, expedido pela mesma e, dar-se-ão mediante a apresentação ao SESCOOP/SP dos seguintes documentos:

13.4.1. Documento fiscal de acordo com as especificações previamente informadas pela Contratante (Anexo 1 - Termo de Referência), devendo identificar em seu bojo: o número do centro de custo, número de contrato e a descrição dos serviços prestados e o código de serviços consoante aos serviços efetivamente prestados, sendo certo que a ausência de tais informações poderá acarretar a devolução do documento para as adequações necessárias, bem como a suspensão do pagamento dos serviços até posterior apresentação da nota fiscal/fatura;

13.4.2. Comprovação de regularidade fiscal:

a. Regularidade com a Fazenda Federal e Instituto Nacional de Seguro Social INSS – União - do respectivo domicílio da Contratada – mediante apresentação de Certidão Conjunta Negativa de Débitos ou Positiva com Efeito de Negativa relativos aos Tributos Federais e à Dívida Ativa da União (expedida pela Secretaria da Fazenda Federal do Brasil/Procuradoria Geral da Fazenda Nacional);

b. Certidão de Regularidade do FGTS-CRF;

c. Regularidade com a Fazenda Estadual - Certidão Negativa de Débitos ou Positiva com Efeitos de Negativa (sendo que no caso de empresas sediadas no Estado de São Paulo, a certidão deverá ser expedida pela Secretaria da Fazenda e Planejamento do Estado de São Paulo);

d. Certidão de Regularidade Municipal Mobiliária – Certidão Negativa de Débitos ou Positiva com Efeitos de Negativa (local da sede da Contratada);

e. Declaração do Simples Nacional, se houver e for o caso, original, válida e assinada por pelo menos um de seus representantes.

13.5. A não observância do exposto nos itens “13.4.1” a “13.4.2” reservará ao SESCOOP/SP o direito de suspender, automaticamente, os pagamentos, os quais serão regularizados após a entrega das documentações exigidas, não estando o SESCOOP/SP sujeito ao pagamento de juros, correções ou indenizações em decorrência da suspensão dos pagamentos por culpa da CONTRATADA.

13.6. Na contagem dos prazos estabelecidos neste instrumento, considerar-se-ão dias úteis somente aqueles em que houver expediente na sede do SESCOOP/SP.

13.7. Nenhum pagamento será feito à CONTRATADA enquanto perdurar qualquer pendência contratual, bem como, sem que ocorra, efetivamente, a prestação dos serviços contratados em conformidade com o descrito neste contrato e seus anexos.

13.8. Não cabe ao SESCOOP/SP qualquer responsabilidade quanto ao pagamento de valores que não estejam contemplados neste instrumento, bem como, eventuais dispêndios sofridos pela CONTRATADA, para a consecução do objeto contratual, que não estejam, expressamente, descritos neste instrumento.

13.9. Por força da legislação vigente, sobre o valor da contratação, incidirá todos os tributos de responsabilidade das respectivas partes, cabendo ao SESCOOP/SP quando for o caso, efetuar as devidas retenções sobre o valor bruto da Nota Fiscal ou Fatura, das alíquotas pertinentes aos impostos Federais, Estaduais, Distritais e Municipais.

13.10. Na emissão da Fatura, o FORNECEDOR deverá destacar o valor das retenções dos impostos referidos no item anterior, quando for o caso.

13.11. O valor a ser faturado e constante da (s) Nota(s) Fiscal(is)/Fatura(s) será o equivalente ao menor valor estimado de acordo com a Proposta vencedora.

13.12. Os valores faturados, constantes da Nota(s) Fiscal(is)/Fatura(s) deverão estar de acordo com a proposta vencedora/planilha orçamentaria, sendo fixos, até o seu efetivo pagamento.

13.13. É vedada a emissão de nota fiscal de terceiros (subcontratados) em nome do SESCOOP/SP.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA- DA CONTA ORÇAMENTÁRIA

14.1. A despesa com o objeto deste contrato correrá por conta do orçamento do **CONTRATANTE**, conforme a seguinte classificação: 3.1.2.02.05.001 - Anúncio, Divulgação, Propaganda E Publicação.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DA VIGÊNCIA

15.1. A vigência do presente contrato será **de 12 (doze) meses**, a contar da XXX, podendo ser prorrogado, mediante Termo Aditivo, até o limite máximo de 60 (sessenta) meses, mediante a manutenção da vantajosidade econômica do contrato ao **SESCOOP/SP**, e preenchimento dos seguintes requisitos:

15.1.1. Interesse do **SESCOOP/SP** na manutenção dos serviços;

15.1.2. Execução regular e completa execução do objeto do contrato por parte da CONTRATADA;

15.1.3. A prorrogação deverá ser precedida de justificativa do Gestor do Contrato e autorização da autoridade competente.

15.2. Transcorrido o prazo de vigência, sem que haja qualquer manifestação quanto a sua prorrogação, o presente contrato se resolverá de pleno direito.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DO CÓDIGO DE CONDUTA ÉTICA E DA POLÍTICA DE SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

16.1. A assinatura do instrumento contratual pela CONTRATADA evidencia a aceitação dos princípios fundamentais e éticos que norteiam a conduta dos empregados, estagiários, menores aprendizes e prestadores de serviços do SESCOOP/SP, conforme disposições contidas no Código de Conduta Ética do SESCOOP/SP e na Política de Segurança da Informação – PSI, observadas as alterações posteriores destes normativos, que deverão ser solicitadas pela CONTRATADA ao SESCOOP/SP.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA - DAS PENALIDADES:

17.1. O SESCOOP/SP poderá aplicar a CONTRATADA, mediante envio de notificação e assegurada à defesa prévia pelo prazo de 5 (cinco) dias úteis após o recebimento desta, as seguintes penalidades:

17.1.1. Advertência por escrito, aplicada quando ocorrer o descumprimento das obrigações assumidas, desde que sua gravidade, mediante justificativa do gestor, não recomende a aplicação de outra penalidade mais grave;

17.1.2. O atraso não justificado no início ou na execução da prestação dos serviços implicará multa de 10% (dez por cento) a 20% (trinta por cento) sobre o valor total do valor da respectiva Ordem de Serviço.

17.1.3. Multa compensatória de 10% (dez por cento) a 20 % (vinte por cento) sobre o valor total do contrato, em caso de inexecução parcial do objeto contratual;

17.1.4. Multa compensatória de 20% (vinte por cento) sobre o valor total do contrato, em caso de inexecução total, sem prejuízo da rescisão indireta;

17.1.5. Suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com o SESCOOP/SP por prazo não superior a 02(dois) anos, desde que se enquadre nos itens "19.1.1" a "19.1.12" da cláusula 19ª (décima nona), com exceção do item "19.1.8";

17.2. As multas impostas à CONTRATADA **serão descontadas da fatura,** ou créditos existentes em seu favor, ainda, quando necessário, cobradas judicialmente. Nestes casos, serão acrescidas de juros moratórios de 1% (um por cento) ao mês, até o limite de 20% (vinte por cento).

17.3. As multas não têm caráter indenizatório e seu pagamento não eximirá o FORNECEDOR de ser acionada judicialmente pela responsabilidade civil derivada de perdas e danos junto ao SESCOOP/SP;

17.4. A CONTRATADA, uma vez notificada pelo gestor do instrumento, que incorreu em multa, terá o direito de recorrer através da autoridade que lhe aplicou a penalidade à Autoridade Superior do SESCOOP/SP, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar do momento em que tomou ciência da penalidade imposta. A autoridade que praticou o ato recorrido poderá reconsiderar sua decisão, no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, ou então, ainda neste mesmo prazo, encaminhar o recurso, devidamente instruído, à Autoridade Superior, que deverá proferir a decisão no prazo de 10 (dez) dias úteis a contar da data de seu recebimento.

17.5. As penalidades estabelecidas neste instrumento serão aplicadas, administrativamente, independentemente, de interpelação judicial, inclusive apuração de prejuízos e perdas e danos causados ao SESCOOP/SP.

17.6. As penalidades previstas neste instrumento são independentes entre si, podendo ser aplicadas isolada ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA – DO CARÁTER DE EVENTUALIDADE DESTE CONTRATO

18.1. As ações decorrentes do presente contrato terão caráter de eventualidade, não havendo entre as Partes qualquer subordinação profissional. Trata-se de instrumento contratual regido pelo Regulamento de Licitações e de Contratos do **SESCOOP/SP** (Resolução n.º 1990/2022) e, supletivamente, pela lei civil, não se deduzindo a favor dos profissionais da **CONTRATADA,** vínculo empregatício em relação ao **SESCOOP/SP,** sob qualquer aspecto ou reflexo.

CLÁUSULA DÉCIMA NONA – DA RESCISÃO

19.1. Constituem motivos para o **SESCOOP/SP** rescindir o presente instrumento, independentemente, de procedimento judicial:

19.1.1. Inadimplemento total ou parcial de qualquer das cláusulas contratuais ou prazos constantes neste contrato;

19.1.2. Atraso injustificado do início da execução do objeto deste contrato;

19.1.3. Paralisação da execução do objeto deste contrato, sem justa causa e prévia comunicação ao **SESCOOP/SP**, exceto o previsto na Cláusula 20.1.;

19.1.4. Subcontratação total ou parcial do seu objeto, a associação do contratado com outrem, ainda, a cessão ou transferência, total ou parcial, não admitidas neste contrato;

19.1.5. Decretação de Falência (no caso de pessoa jurídica) ou liquidação nos moldes do Capítulo XI, da Lei 5.764/71 (no caso de cooperativa);

19.1.6. Alteração social, modificação da finalidade ou da estrutura da **CONTRATADA**, bem como fusão, cisão ou incorporação, que, a juízo do **SESCOOP/SP**, possa vir a prejudicar a execução do objeto deste contrato;

19.1.7. Quando houver razões de interesse público, de alta relevância e amplo conhecimento, justificadas e determinadas pelo Ordenador de Despesas, exaradas no processo administrativo a que se refere este contrato;

19.1.8. A ocorrência de caso fortuito ou de força maior, previstos na Cláusula 20.1., regularmente comprovado, impeditiva da execução do presente contrato que não for sanada em até 10 (dez) dias do evento que deu causa à interrupção, salvo se a **CONTRATADA** não estiver em mora, quando então se operará a rescisão de pleno direito;

19.1.9. Apresentação de documentos falsos ou falsificados;

19.1.10. Prática de atos ilícitos visando frustrar os objetivos do presente contrato;

19.1.11. Cometimento de falhas ou fraudes na execução do objeto desta contratação;

19.1.12. Condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos federais, estaduais, distritais e municipais.

19.2. Operar-se-á à rescisão mediante notificação prévia extrajudicial, na qual deverão constar os motivos que levaram à ruptura contratual, devendo ser assegurada a defesa prévia, aos contratantes, pelo prazo de 05 (cinco) dias úteis.

19.3. Sem prejuízo das causas de rescisão contratual, acima descritas, poderão, ainda, as Partes resilirem o presente ou, ainda, resolvê-lo, mediante Distrato, quando por fatos extraordinários e imprevisíveis a execução do objeto se tornar excessivamente onerosa para uma das partes, com extrema vantagem para a outra.

19.4. Se o presente instrumento for rescindido, resilido ou resolvido por onerosidade excessiva, o Termo de Extinção de instrumento discriminará:

19.4.1. Balanço das atividades contratuais já cumpridas;

19.4.2. Relação dos pagamentos já efetuados ou ainda devidos;

19.4.3. Indenizações e multas a serem aplicadas, quando for o caso;

19.4.4. Comprovação da onerosidade excessiva impeditiva da continuidade do instrumento, nos casos de resolução.

CLÁUSULA VIGÉSIMA – DOS CASOS FORTUITOS OU DE FORÇA MAIOR

20.1. Serão considerados casos fortuitos ou de força maior, para efeitos de rescisão contratual ou não aplicação de multas e/ou indenizações, os inadimplementos decorrentes das situações a seguir, quando vier afetar o cumprimento do Contrato, por qualquer uma das Partes, **SESCOOP/SP** e **FORNECEDOR**, implicando diretamente na execução do objeto deste instrumento, são estes:

20.1.1. Greve geral;

20.1.2. Calamidade pública;

20.1.3. Cancelamento das ações do **SESCOOP/SP** como medida de segurança e saúde pública que implique em risco à população e/ou público do evento, a exemplos de endemia, epidemia, pandemia, surtos, etc.;

20.1.4. Interrupção dos meios de transporte;

20.1.5. Condições meteorológicas excepcionalmente prejudiciais; e

20.1.6. Outros casos que se enquadrem no parágrafo único do artigo 393 do Código Civil.

20.2. Os casos acima enumerados devem ser satisfatoriamente justificados pelos contratantes no prazo de até 24 (vinte e quatro) horas após a ocorrência do fato.

CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA– DO SIGILO E OBSERVÂNCIA DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

21.1. A este Contrato se aplicarão, no que couber, as disposições da Lei nº 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados – "LGPD") e outras que vieram a alterá-la, em especial quanto ao uso e guarda dos dados pessoais e equivalentes.

21.2. Em razão da possibilidade de acesso a dados institucionais, a Contratada será expressamente responsabilizada quanto à manutenção de sigilo absoluto sobre quaisquer dados, informações e artefatos, contidos em quaisquer documentos e em quaisquer mídias, de que venha a ter conhecimento durante a execução dos trabalhos, não podendo, sob qualquer pretexto, divulgar, reproduzir ou utilizar, sob pena de lei, independentemente da classificação de sigilo conferida pelo **SESCOOP/SP** a tais documentos.

21.3. A **CONTRATADA** não poderá divulgar quaisquer informações a que tenha acesso em virtude dos trabalhos a serem executados ou de que tenha tomado conhecimento em decorrência da execução do objeto sem autorização por escrito do **SESCOOP/SP,** sob pena de aplicação das sanções cabíveis, além do pagamento de indenização por perdas e danos.

21.4. A **CONTRATADA** se responsabilizará por todo e qualquer profissional envolvido na execução dos serviços que, eventualmente tiver acesso a dados pessoais ou sensíveis de titularidade do público do **SESCOOP/SP** e fizer uso indevido ou inadequado em desrespeito ao sigilo ou integridade das informações.

21.5. A **CONTRATADA** em nenhuma hipótese poderá comercializar, fornecer, ceder ou repassar, a qualquer pretexto, informações ou dados pessoais dos colaboradores, cooperados, gestores ou quaisquer outros vinculados ao **SESCOOP/SP** que, de forma direta ou indireta, tiver acesso, em decorrência deste Contrato.

21.6. A **CONTRATADA** comunicará expressa e imediatamente ao **SESCOOP/SP**, e vice-versa, acerca de qualquer tentativa ou execução de quebra de sigilo do banco de dados, que tenha ocorrido ou estiver prestes a

ocorrer, devendo tomar, independentemente de solicitação, todas as medidas cabíveis para manter o bom e fiel cumprimento do contrato e o sigilo em relação aos dados pessoais em sua posse.

21.7. A **CONTRATADA** será exclusivamente responsabilizada pelos eventuais ilícitos causados a partir do descumprimento das disposições contidas na "LGPD" e outras normas correspondentes, sendo lícito ao **SESCOOP/SP** o direito irrestrito de regresso caso seja demandado em ação judicial ou extrajudicial por ato praticado por quaisquer prepostos da **CONTRATADA.**

21.8. O descumprimento de qualquer obrigação prevista nesta Cláusula, poderá ocasionar além de aplicação das sanções previstas neste Contrato à **CONTRATADA**, àquelas previstas na Lei nº 13.709/2018 e medidas judiciais cabíveis.

21.9. O SESCOOP/SP, igualmente, não se exime do cumprimento das obrigações estabelecidas na Lei Geral de Proteção de Dados, bem como das responsabilidades decorrentes do dever de zelar pela privacidade e proteção de dados.

CLÁUSULA VIGÉSIMA SEGUNDA – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

22.1. O **SESCOOP/SP** se reserva o direito de solicitar a substituição de qualquer empregado, colaborador, prestador de serviços e/ou subcontratado utilizado pela **CONTRATADA**, quando julgar conveniente, por motivo de comportamento, ou de trabalho, devendo a **CONTRATADA** providenciar o necessário em até 07 (sete) dias úteis da data da solicitação.

22.2. A tolerância ou qualquer concessão feita por uma das partes, não implica em novação ou alteração contratual, constituindo em mera liberalidade das partes.

22.3. A nulidade de qualquer uma das cláusulas deste contrato não implica a nulidade das demais.

22.4. Todas as comunicações relativas a este contrato, de uma à outra parte, serão consideradas como suficientes quando devidamente entregues e protocoladas nos endereços constantes no preâmbulo, bem como consideradas o envio de notificações por meio eletrônico com aviso de entrega.

CLÁUSULA VIGÉSIMA TERCEIRA– DO FORO

23.1. As partes contratantes elegem o Foro da Comarca de São Paulo – SP, como o único competente para ação ou execução do presente instrumento, renunciando, expressamente, a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

23.2. Fazem parte deste instrumento, os seguintes anexos, naquilo em que não colidirem com suas cláusulas:

ANEXO 1 – TERMO DE REFERÊNCIA;

ANEXO 2 – MODELO DE ORDEM DE SERVIÇO

ANEXO 3 - PEDIDO DE FORNECIMENTO

ANEXO 4 - AUTORIZAÇÃO DE EXECUÇÃO

ANEXO 5 - PROPOSTA VENCEDORA

E, por estarem assim justos e contratados, firmam o presente instrumento, em duas vias de igual teor, juntamente com duas testemunhas.

São Paulo, ... de ..... de 2022.

Representante legal do **SESCOOP/SP:**

Superintendente

Representantes da **CONTRATADA:**

Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx	Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

GESTOR DO SESCOOP/SP:	**FISCAL DO SESCOOP/SP:**
Xxxxxxxxxxxxxxxxxx	**Xxxxxxxxxxxxxxxxxx**

Testemunhas:

Nome:	Nome:

ANEXO 1 – DA MINUTA DO CONTRATO
TERMO DE REFERÊNCIA

TERMO DE REFERÊNCIA – AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

1. CENTRO DE CUSTO

Divulgação - 2.3.01.05.2606.001.001

2. OBJETO

2.1. Contratação de 1 (uma) empresa especializada em publicidade e propaganda para prestar serviços, sob demanda, ao Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo no Estado de São Paulo (SESCOOP/SP), pelo período de 12 (doze) meses, incluindo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa de produtos de comunicação e publicidade, planejamento e execução de ações de marketing, endomarketing e de divulgação institucional, monitoramento de imagem na mídia em geral e redes sociais, compra de mídia, distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços, difundir ideias ou informar o público em geral, dentre outros, conforme condições e especificações constantes nesse Termo de Referência e nos demais documentos inerentes à referida contratação.

3. JUSTIFICATIVA

3.1. O Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo (SESCOOP) atua, há 23 anos, com a missão de promover a cultura cooperativista e o aperfeiçoamento da governança e da gestão para o desenvolvimento das cooperativas brasileiras. Apesar de ser uma marca de credibilidade, a sua imagem institucional não é claramente percebida por seu público-alvo, formadores de opinião e sociedade em geral. Da mesma forma, o cooperativismo, como filosofia de vida e modelo econômico sustentável, é conhecido por apenas quatro em cada dez pessoas.

3.2. Em sua visão de futuro, o SESCOOP espera que a sociedade reconheça a importância do cooperativismo: “Em 2025, o cooperativismo será reconhecido pela sociedade por sua competitividade, integridade e capacidade de promover a felicidade dos cooperados”. Esse reconhecimento depende de esforço estratégico na promoção e disseminação dos princípios, dos valores e dos benefícios da cultura do cooperativismo. Depende também do empenho do SESCOOP em evidenciar o seu papel, seus produtos e serviços, bem como o acesso dos cooperados – e demais públicos de interesse – à instituição.

3.3. O SESCOOP/SP surgiu em 1999 com o objetivo de contribuir para a revitalização das cooperativas paulistas, funcionando como um grande aliado cultural, econômico e social. Nesse primeiro momento, o maior desafio era

aprimorar a gestão dos empreendimentos cooperativistas, tornando-os mais competitivos em um mercado em constante transformação.

3.4. Desde sua criação, o SESCOOP/SP vem atuando, principalmente, em três diferentes frentes: formação profissional, promoção social e monitoramento das cooperativas. Ao longo desses anos tem desenvolvido diversos programas e projetos que refletem diretamente na capacitação de pessoas ligadas às cooperativas, além de programas de caráter social que promovem integração, lazer e cultura do público cooperativista e das comunidades.

3.5. Nesse período, também foram empreendidas diversas ações de monitoramento para apoiar a gestão das cooperativas, com consultorias especializadas, programas de capacitação de dirigentes e promoção de intercâmbios para troca de experiências, entre outras iniciativas.

3.6. Ajudando as cooperativas, o SESCOOP/SP incentiva também o movimento cooperativista, modelo econômico que apresenta soluções para as mais diversas atividades econômicas, ligadas principalmente a relações de consumo, produção e prestação de serviços.

3.7. No Estado de São Paulo, de acordo com dados da Organização das Cooperativas no Estado de São Paulo (Ocesp), são 1.043 cooperativas registradas, em sete diferentes ramos econômicos. No total, elas reúnem 3.824.525 de cooperados e contam com mais de 77.434 empregados.

3.8. Juntamente com a Ocesp e a Federação dos Sindicatos de Cooperativas do Estado de São Paulo (Fescoop/SP), o SESCOOP/SP faz parte de um verdadeiro sistema de prestação de serviços.

3.9. Nesse sentido, a contratação ora proposta visa atender às necessidades do SESCOOP/SP de contar com uma agência de publicidade para assessorar no planejamento e implementação de estratégias de comunicação publicitária que aproximem a entidade dos seus públicos-alvo, promovam seus produtos/serviços e reforcem, em âmbito nacional, a credibilidade e o posicionamento da marca, otimizando os recursos disponíveis e potencializando os resultados institucionais para a entidade.

3.10. Sob demanda, a agência publicitária prestará serviços que contribuam para promover o cooperativismo no Estado de São Paulo, fortalecer a imagem institucional, reforçar o posicionamento da marca e planejar e implementar ações para superar o desafio estratégico de “Fortalecer a imagem e a comunicação do cooperativismo no Estado de São Paulo”.

4. DESCRIÇÕES DOS SERVIÇOS

4.1. A empresa contratada deverá atender às necessidades de comunicação publicitária do SESCOOP/SP, em âmbito estadual, contemplando os seguintes serviços, além de outros que constituam seu desdobramento natural ou que lhes sejam complementares, agindo por ordem e conta do Cliente-Anunciante:

4.1.1. Estudo, planejamento, conceituação, concepção de projetos inerentes à área de comunicação publicitária, criação, produção e veiculação/distribuição de peças/campanhas, com o propósito de difundir ideias/mensagens/conteúdos, bem como implementar ações afins de interesse do SESCOOP/SP e/ou que promovam a cultura do cooperativismo.

4.2. Integram o objeto dessa contratação os seguintes serviços, além de outros que constituam seus desdobramentos naturais ou que lhes sejam complementares:

4.2.1. Estudo do conceito, ideia, marca, produto ou serviço a difundir, incluindo a identificação e análise de suas vantagens e desvantagens perante seus públicos e seu mercado;

4.2.2. Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado, no qual o conceito, ideia, marca, produto e/ou serviço encontrem melhores possibilidades de assimilação;

4.2.3. Identificação e análise das ideias, marcas, produtos e/ou serviços concorrentes.

4.2.4. Elaboração do Plano de Comunicação Publicitária, incluindo a concepção das mensagens e peças (criação) destinadas à veiculação e o estudo dos meios e veículos que, segundo técnicas adequadas, assegurem a melhor cobertura dos públicos e/ou dos mercados objetivados (Planejamento de Mídia);

4.2.5. Execução do Plano de Comunicação Publicitária, incluindo orçamento e acompanhamento, realização das peças publicitárias (produção), entrega final e instalação das peças publicitárias, bem como a compra, distribuição e controle da publicidade nos veículos contratados (execução de planos de mídia), bem como o pagamento das faturas;

4.2.6. Planejamento, contratação e execução de pesquisas de opinião e de mercado ou outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação ou sobre os resultados das ações realizadas que se fizerem necessárias à execução ou ao subsídio da estratégia de divulgação;

4.2.7. Planejamento e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com as novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

4.3. A agência de publicidade CONTRATADA deverá prestar os serviços objeto desse Termo de Referência, contemplando também:

4.3.1. Elaboração de planejamento estratégico de comunicação e planos afins, incluindo pesquisa, levantamento de perfil do target (público-alvo), análise de mercado, estudos dos meios de publicidade e plano de mídia;

4.3.2. Desenvolvimento de planos de mídia, incluindo estudo do target, definição final dos meios, negociação de verba para contratação dos meios, contratação dos espaços publicitários, envio de material para os meios e acompanhamento da veiculação.

4.3.3. Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, ideia, marca, produto e/ou serviço encontrem melhores possibilidades de assimilação;

4.3.4. Planejamento e execução de ações de comunicação publicitária e estratégias de marketing.

4.3.5. Planejamento, concepção, criação de peças para comunicação digital e posterior desenvolvimento, animação, produção, disponibilização, implementação e veiculação do material aprovado;

4.3.6. Criação e desenvolvimento de marcas, expressões de propaganda, logotipos, símbolos, ilustrações, ícones, estampas e outros elementos de programação visual, bem como suporte ao SESCOOP/SP para registros junto ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI (ou órgão equivalente), quando pertinente;

4.3.7. Planejamento e desenvolvimento de ações promocionais para divulgação de produtos e projetos do SESCOOP/SP;

4.3.8. Elaboração de relatórios de Campanhas e Projetos, em formato de apresentação, contendo objetivos, defesa, ações desenvolvidas, mídias utilizadas, peças criadas e produzidas, orçamentos e indicadores de resultados;

4.3.9. Contratação de pesquisas qualitativas e/ou quantitativas pré e/ou pós-campanha para identificar conhecimento e entendimento da marca/produtos/serviços; lembrança/conhecimento, por parte do target, das mensagens veiculadas; desenvolvimento de indicadores ou índices que permitam monitorar a efetividade das campanhas veiculadas;

4.3.10. Planejamento e contratação de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre mercado, público-alvo, meios de divulgação por meio dos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias;

4.3.11. Desenvolvimento das peças publicitárias relacionadas às campanhas (mídia ou não mídia), incluindo criação, direção de arte e finalização dos materiais, bem como envio dos arquivos finais ao SESCOOP/SP, aos fornecedores e empresas envolvidas;

4.3.12. Monitoramento e controle das inserções publicitárias (mídias contratadas) por meio de relatório com comprovação das veiculações. Para as veiculações em mídias de massa, tais como TV aberta e por assinatura, rádio, jornal, revista e internet, disponibilizar relatório de comprovação das veiculações respectivas, produzido por empresa independente e especializada em aferição ou auditoria de veiculação de mídia, quando possível;

4.3.13. Redação e revisão gramatical e ortográfica de textos de comunicação publicitária;

4.3.14. Elaboração de projetos de comunicação visual de promoção da marca SESCOOP/SP em feiras, congressos, blitz promocionais e outros, incluindo a concepção visual e a elaboração de peças, bem como a montagem de toda a estrutura de estandes, quando necessário;

4.3.15. Planejamento e execução de projetos de comunicação para potencializar a experiência da marca SESCOOP/SP, e do cooperativismo, com os seus diversos públicos de interesse;

4.3.16. Planejamento, elaboração e desenvolvimento de peças de comunicação para ações de endomarketing, junto ao público interno de cooperativados.

4.3.17. Planejamento de comunicação visual para pontos de atendimento e de experiências do cliente com a marca SESCOOP/SP;

4.3.18. Planejamento e desenvolvimento de estratégias de comunicação publicitária nas redes sociais que facilitem o contato do SESCOOP/SP com o seu público-alvo;

4.3.19. Editoração, adequação de conteúdo e de linguagem e revisão de publicações impressas e digitais (cartilhas, relatório de atividade anual, revistas, jornais, catálogos, boletins, cadernos, folders, folhetos, dentre outros) inerentes à comunicação publicitária;

4.3.20. Planejamento, concepção, criação, produção e monitoramento de mensagens e peças de comunicação digital para websites, dispositivos móveis, e-mail marketing, redes sociais, dentre outras atividades afins;

4.3.21. Elaboração de roteiros e produções de audiovisuais;

4.3.2.2. A contratada deverá disponibilizar, sem custos, acesso a banco de imagens para utilização em peças de comunicação do SESCOOP/SP, sendo que:

a) Observada as disposições quanto aos direitos autorais, o banco de imagens deverá possuir acervo mínimo de 5.000.000 (cinco milhões) de imagens (incluindo fotos, ilustrações e imagens vetoriais e banco de vídeos) de caráter informativo e ilustrativo, com resolução mínima de 1.000 x 700 pixels e 300dpi, permitindo a realização de 200 (duzentas) imagens de downloads/mês, durante a vigência da contratação.

b) O acervo deverá conter imagens que incluam a diversidade étnica, socioeconômica e cultura brasileira, abrangendo temas tais como: cooperativismo, varejo, indústria, serviços, inovação, tecnologia, negócios, agronegócios, sustentabilidade, educação, cultura cooperativista, qualidade de vida, ações sociais, além dos sete ramos do cooperativismo (agropecuário, crédito, transporte, trabalho e produção de bens/serviços, saúde e consumo), entre outros.

4.4. Os serviços que serão executados pela CONTRATADA deverão englobar o fornecimento de toda a mão-de-obra, material e equipamento necessários, sendo permitida a contratação de fornecedores de bens e serviços auxiliares da propaganda, necessários ao cumprimento do objeto licitado. Nessa hipótese, a CONTRATADA será responsável pela administração dos suprimentos de bens e serviços de terceiros, fornecedores e pela integral execução dos serviços que competirem a ela, arcando integralmente com quaisquer custos e encargos decorrentes.

4.5. Os arquivos de materiais desenvolvidos na execução dos serviços contratados (artes, fotolitos, audiovisuais etc.) ficarão sob a guarda da CONTRATADA pelo período de até cinco anos, após o término da vigência do contrato, disponíveis a qualquer tempo ao SESCOOP/SP, que poderá, a seu critério, requisitar cópias para comprovação da prestação do serviço, sendo vedada a transferência a agentes de qualquer espécie ou o uso, pela CONTRATADA, além das finalidades definidas nos planos da campanha específica.

4.5.1. Ainda que a CONTRATADA tenha que manter sob a sua guarda os arquivos desenvolvidos na execução do contrato, ela deverá entregar ao SESCOOP/SP, após o término de cada trabalho, os respectivos arquivos finalizados, mediante link para download da pasta gráfica de cada demanda, composta por:

a) Todos os arquivos originais entregues pelo SESCOOP/SP para a elaboração do trabalho;

b) Todos os arquivos finalizados, abertos (editáveis), com os links de imagens/arquivos usados na produção, as fontes tipográficas utilizadas e todos os demais vínculos necessários para reedições e/ou reproduções;

c) Todos os arquivos finalizados, fechados e acompanhados das especificações técnicas para impressão, quando pertinente;

d) Todos os arquivos fechados deverão ser entregues nas versões: PDF em alta resolução (com marca de corte para impressão gráfica) e PDF em baixa resolução (para disseminação via mídias digitais).

5. DA EXPECTATIVA DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

5.1. A execução dos serviços listados constituirá mera expectativa da empresa a ser contratada, uma vez que os serviços serão executados exclusivamente sob demanda do CONTRATANTE.

6. DO LOCAL DE PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS E DE SUA ABRANGÊNCIA

6.1. Todas as atividades necessárias à execução do contrato deverão ser realizadas em espaços físicos e instalações da CONTRATADA OU DA CONTRATANTE.

6.2. As reuniões para repasse e alinhamento de informações necessárias à execução dos serviços serão realizadas de forma remota ou presencial, sendo, nesse caso, preferencialmente, na sede do SESCOOP/SP ou em local onde este determinar.

6.3. A prestação de serviços terá abrangência em todo o Estado de São Paulo, podendo incluir ações locais, em campanhas específicas.

7. DA EXECUÇÃO DAS ATIVIDADES E ESTRUTURA DA CONTRATADA

7.1. A execução dos serviços será feita sob demanda, com o acompanhamento e supervisão da Coordenação de Marketing do SESCOOP/SP.

7.2. A agência contratada deverá dedicar seu melhor esforço e trabalhar em estreita colaboração com a Coordenação de Marketing do SESCOOP/SP, de modo a assegurar que a Comunicação Publicitária alcance os objetivos pretendidos e que a entidade obtenha o melhor retorno do seu investimento em publicidade, seja sob a forma de resultados quantificáveis, seja pela agregação contínua de valor à sua marca, conceito ou ideia.

7.3. Para assegurar agilidade e cumprimento de prazos no atendimento às demandas, caso a CONTRATADA não possua, a mesma deverá constituir, em até 30 (trinta) dias após a assinatura do contrato, equipe experiente nas respectivas funções e em quantidade adequada para prestar os serviços previstos nessa licitação, assim minimamente definida:

a) 1 (um) Diretor(a) de Conta

b) 1 (um) Profissional de Atendimento

c) 1 (uma) dupla de criação

d) 1 (um) profissional de mídia

e) 1 (um) profissional de Planejamento

7.4. A empresa CONTRATADA deverá indicar o seu profissional de atendimento em até 7 (sete) dias corridos após sua contratação, para atendimento às demandas do SESCOOP/SP.

7.5. O SESCOOP/SP poderá solicitar a substituição de qualquer profissional da equipe técnica da CONTRATADA sem ônus para a entidade, caso entenda que o profissional não esteja desempenhando adequadamente seu papel. Nesse caso, a CONTRATADA terá até 7 (sete) dias corridos para disponibilizar um novo profissional de experiência equivalente ou superior.

7.6. A contratada, ao ser demandada para prestar qualquer serviço que envolva fornecedores, deverá apresentar proposta de preços de serviços de terceiros, que ficará sujeita à aprovação do SESCOOP/SP. Será verificada a sua compatibilidade com os preços de mercado e com as cláusulas contratuais, sendo a remuneração devida em conformidade com a proposta aprovada.

7.7. Como regra de comprovação de pesquisa de preço dos serviços que não sejam de natureza interna à agência e que forem realizados com intermediação da empresa contratada, sob autorização e supervisão do SESCOOP/SP, para fins de execução da comunicação publicitária da entidade, a agência deverá apresentar no mínimo 3 (três) orçamentos obtidos entre empresas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido. Os orçamentos deverão estar em conformidade com os padrões estabelecidos pelo SESCOOP/SP.

8. DO PRAZO PARA EXECUÇÃO DAS ATIVIDADES

8.1. Os serviços descritos nesse Termo de Referência serão formalizados por meio de Ordem de Serviço a ser emitida e encaminhada pelo SESCOOP/SP à CONTRATADA.

8.1.1. O Pedido de Fornecimento assinado pela CONTRATADA deverá ser devolvido ao CONTRATANTE no prazo máximo de 1 (um) dia útil, o que poderá ser feito por e-mail ou por outro sistema eletrônico, a critério do SESCOOP/SP.

8.2. Os prazos de referência para execução dos serviços internos provenientes desta licitação serão os seguintes:

ITEM	SERVIÇOS	PRAZOS MÁXIMOS (em dias úteis)
1	Criação de campanhas pontuais, internas ou externas, contemplando ou não peças gráficas, banners para mídias sociais e planos de mídia, quando pertinente.	7 (sete) dias
2	Criação de campanhas voltadas para públicos específicos, incluindo estratégia de divulgação, peças gráficas e eletrônicas (VT e Spot) e plano de mídia, quando pertinente.	12 (doze) dias
3	Criação de campanhas institucionais, de veiculação ampla, incluindo a estratégia de divulgação, peças gráficas e eletrônicas (VT e Spot), posts (formato de imagem, vídeo, texto, áudio ou todos eles juntos) e plano de mídia.	15 (quinze) dias
4	Criação e arte-finalização de campanhas digitais, hotsite / banners digitais / e-mail marketing, incluindo plano de mídia, quando pertinente).	10 (dez) dias
5	Criação e arte-finalização de peças avulsas, tais como anúncios, folhetos, cartões, banners e afins.	3 (três) dias
6	Criação e arte-finalização de peças gráficas como infográfico, folders e afins.	5 (cinco) dias
7	Criação e arte-finalização de peças digitais avulsas	2 (dois) dias
8	Criação e arte-finalização de hotsite	5 (cinco) dias
9	Produção de audiovisual com duração de até 60 (sessenta) segundos, incluindo roteiro e produção.	10 (dez) dias

10	Produção de audiovisual com duração acima de 60 (sessenta) segundos, incluindo roteiro e produção.	15 (quinze) dias
11	Produção de comunicação visual para estande para ativação da marca	15 (quinze) dias

8.3. Os prazos referenciais serão contados a partir da data de recebimento, pela CONTRATADA, da Ordem de Serviço (ou outro documento equivalente).

8.3.1. Caso seja necessário ampliar o prazo de entrega, a CONTRATADA deverá formalizar a Ordem de Serviço com a devida justificativa, cabendo à Coordenação de Marketing analisar e, se for o caso, redefinir os prazos em acordo com a CONTRATADA.

8.3.2. Os prazos referenciais de execução poderão ser reduzidos, sem custo adicional para o SESCOOP/SP, mediante acordo entre as partes, em caso de comprometimento da imagem institucional do CONTRATANTE.

8.4. O não atendimento reiterado aos prazos exigidos será interpretado como descumprimento contratual, podendo ensejar as penalidades cabíveis.

9. DOS CRITÉRIOS DE ENTREGA E ACEITAÇÃO DO OBJETO

9.1. Para cada demanda, os serviços deverão ser executados conforme Ordem de Serviço encaminhada à CONTRATADA, bem como estar condizentes com o briefing apresentado e acordado entre as partes em reunião de serviço.

9.2. Os serviços poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando em desacordo com o briefing ou quando reprovado pela Coordenação de Marketing por não atender à necessidade de comunicação, devendo a CONTRATADA providenciar a correção às suas expensas, sem prejuízo da aplicação das penalidades previstas no edital e respectivo contrato.

9.3. O prazo máximo para correção dos serviços considerados inadequados será de 3 (três) dias corridos para serviços simples, 5 (cinco) dias corridos para serviços de média complexidade e de 10 (dez) dias corridos para serviços de maior complexidade, contados a partir da data de recebimento da notificação pela CONTRATADA.

10. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

10.1 A CONTRATADA se obriga a prestar os serviços objeto dessa contratação, atentando, sempre, para a boa qualidade, obrigando-se, ainda, a:

10.1.1. Responsabilizar-se por todos os custos e despesas referentes à execução dos serviços, tais como salários, alimentação, transporte e hospedagens de seus empregados ou prepostos, não cabendo ao SESCOOP/SP quaisquer ônus decorrentes da realização dos serviços ora contratados;

10.1.2. Responsabilizar-se pelos danos ou prejuízos que comprovadamente forem causados direta ou indiretamente ao SESCOOP/SP ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo na prestação dos serviços. A fiscalização do SESCOOP/SP não diminui nem substitui a responsabilidade da CONTRATADA;

10.1.3. Assumir a responsabilidade por todos os encargos de possível demanda trabalhista, previdenciária, acidentária, tributária, administrativa, civil ou penal, relacionada à execução dos serviços previstos nessa Termo de Referência e respectivo contrato;

10.1.4. Responsabilizar-se por quaisquer acidentes que venham a ser vítimas os seus empregados ou prepostos quando em serviço, executando o objeto desta contratação, de acordo com as leis trabalhistas e previdenciárias e demais exigências legais para o exercício das atividades;

10.1.5. Assumir a responsabilidade e o ônus pelo recolhimento de todos os impostos, taxas, tarifas, contribuições ou emolumentos federais, estaduais, distritais e municipais, e seguros, que incidam ou venham a incidir sobre o objeto do contrato, apresentando os respectivos comprovantes, quando solicitados pelo SESCOOP/SP, devendo observar estritamente as leis relativas a essas obrigações/direitos;

10.1.6. Responsabilizar-se, em caráter exclusivo, pela execução dos serviços objeto do contrato;

10.1.7. Notificar o SESCOOP/SP, por escrito e imediatamente, qualquer anormalidade ocorrida quando da prestação dos serviços;

10.1.8. Atender a todas as formalidades legais, relativas à Legislação Trabalhista, Social e Previdenciária, respondendo perante os órgãos competentes por todos os encargos sociais decorrentes das relações de trabalho mantidas com seus empregados;

10.1.9. Assumir por si, seus diretores, empregados ou terceiros contratados, o polo passivo das demandas judiciais ou extrajudiciais, decorrentes da execução do contrato, desde o início até a sua finalização, isentando o SESCOOP/SP de qualquer responsabilidade derivada;

10.1.10. Responder, perante os fiscos Federal, Estadual e Municipal, por todos os impostos, taxas e posturas, incidentes sobre os serviços ora contratados, correndo por sua única e exclusiva responsabilidade toda multa ou sanção decorrente de infrações legais;

10.1.11. Manter atendimento contínuo em horário comercial;

10.1.12. Respeitar as normas e procedimentos de controle de acesso às dependências do SESCOOP/SP, quando da prestação dos serviços, mantendo seus empregados identificados por crachá, observando, ainda, as normas internas de segurança;

10.1.13. Arcar com a despesa decorrente de atos praticados por seus empregados nas dependências do SESCOOP/SP, durante a execução do contrato;

10.1.14. Cumprir rigorosamente os prazos para prestação dos serviços demandados pelo SESCOOP/SP, as demais normas expressas no instrumento contratual e as demais exigências e disposições constantes do Termo de Referência e demais documentos inerentes ao processo de licitação, bem como de sua Proposta;

10.1.15. Fornecer ao SESCOOP/SP ou a seu preposto toda e qualquer informação e/ou esclarecimento solicitado sobre o objeto da contratação, bem como facilitar a fiscalização da execução do objeto do contrato;

10.1.16. Aceitar, nas mesmas condições contratuais, e mediante celebração de Termo Aditivo, os acréscimos que se fizerem necessários, no montante de até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, de acordo com o art. 30 do Regulamento de Licitações e Contratos do CONTRATANTE;

10.1.17. Emitir as faturas, notas fiscais, recibos, comprovante de pagamento de terceiros em nome da contratada ou outros documentos contábeis de despesas e entregar ao Fiscal do Contrato até o último dia útil do mês em que os serviços foram prestados;

10.1.18. Manter, durante toda a vigência do contrato, compatibilidade com as obrigações assumidas e com todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação e respectivo contrato, inclusive a regularidade fiscal;

10.1.19. Substituir ou refazer o serviço solicitado, quando em desacordo com as especificações definidas pelo SESCOOP/SP ou quando considerado não satisfatório, conforme prazos previstos nessa Termo de Referência e assumir despesas decorrentes, caso ocorram;

10.1.20. Não transferir a qualquer título os serviços contratados, ou seja, subcontratar, subempreitar, ceder ou transferir, total ou parcialmente, o objeto contratado, sem a prévia autorização, por escrito, do SESCOOP/SP, não se eximindo de suas responsabilidades e/ou obrigações derivadas do contrato. A eventual fusão, cisão ou incorporação a outra empresa só será admitida com o consentimento prévio e por escrito do SESCOOP/SP e desde que não afete a boa execução do contrato;

10.1.21. Comunicar imediatamente ao SESCOOP/SP qualquer alteração ocorrida na conta bancária, endereço para recebimento de correspondências e outras informações necessárias ao cumprimento do contrato;

10.1.22. Abster-se de fazer qualquer menção por escrito ao nome ou tampouco divulgar a imagem do SESCOOP/SP para fins de publicidade própria, sem sua prévia e expressa autorização, sob pena de responder judicialmente;

10.1.23. Aceitar a fiscalização dos serviços, por parte do SESCOOP/SP, em todos os aspectos;

10.1.24. Apresentar, quando solicitada pelo SESCOOP/SP, toda a documentação referente ao pagamento dos salários, encargos sociais, previdenciários e fiscais dos empregados e prepostos, incidentes sobre a prestação dos serviços objeto desse Termo de Referência e respectivo contrato;

10.1.25. Executar com zelo e efetividade, de acordo com as especificações e os padrões de qualidade exigidos pelo SESCOOP/SP, todas as atividades previstas nessa Termo de Referência e respectivo contrato;

10.1.26. Prestar os serviços solicitado pelo SESCOOP/SP, na quantidade, qualidade, preço, prazos e demais condições e especificações constantes nesse Termo de Referência e respectivo contrato;

10.1.27. Para os serviços que não sejam de natureza interna da CONTRATADA que tenham a finalidade de execução da comunicação publicitária da entidade e que forem realizados com sua intermediação, com autorização e supervisão do SESCOOP/SP, deverá apresentar no mínimo 3 (três) orçamentos obtidos entre empresas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, para fins de pesquisa de preço. Os orçamentos apresentados deverão conter as informações recomendadas pelo SESCOOP/SP, e serão repassadas à contratante de acordo com o tipo de serviço ou produto e no momento da solicitação pelo SESCOOP/SP. Reforçando que as notas fiscais/faturas destes serviços/produtos de terceiros devem ser emitidas em nome da contratada;

10.1.28. Essa exigência não se aplica aos serviços de mídia. Nesse caso, os custos e as despesas de veiculação apresentados ao SESCOOP/SP para pagamento deverão estar acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação;

10.1.29. A CONTRATADA só poderá reservar e/ou comprar espaço ou tempo publicitário junto aos veículos de divulgação, por conta e por ordem do SESCOOP/SP, se tiver sido expressamente autorizada para tal;

10.1.30. Salvo prévia e expressa estipulação em contrário, a CONTRATADA deverá absorver o custo dos serviços internos e/ou externos de pesquisas regulares de audiência, auditoria de circulação e controle de mídia, disponíveis no mercado, necessários à prestação de serviços de controle da verba do SESCOOP/SP;

10.1.31. A contratação de serviços que não sejam de natureza interna da agência, tais como serviços de fotografia, filmagem, produção de vídeo, veiculação de mídia impressa e/ou televisiva, entre outros, deverá ser previamente autorizada pelo SESCOOP/SP. A CONTRATADA deverá emitir relatório com a descrição dos serviços prestados, que deverá estar acompanhado da demonstração do valor devido aos fornecedores (com tabela de preços, descontos negociados, pedidos de inserção, relatório de checagem de inserções, entre outras comprovações possíveis) para fins de comprovação da contratação e para trazer subsídios para a fiscalização dos serviços;

10.1.32. Fazer o controle das inserções publicitárias (mídias contratadas) por meio de relatório com comprovação das veiculações. Para as veiculações em mídias de massa, tais como TV aberta e por assinatura, rádio, jornal, revista e internet, disponibilizar relatório de comprovação das veiculações respectivas, produzido por empresa independente e especializada em aferição ou auditoria de veiculação de mídia, quando possível;

10.1.33. Os serviços descritos no item 3 desse Termo de Referência, bem como outros previstos no contrato, não esgotam as possibilidades de atividades que poderão ser demandadas à CONTRATADA, que deverá prestar, para cumprimento do contrato, todo serviço solicitado pelo SESCOOP/SP que esteja incluído no âmbito de atuação das agências de publicidade;

10.1.34. A CONTRATADA negociará sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos, para os direitos de imagem de som e de voz de profissionais do setor artístico e sobre obras consagradas, nos casos de reutilização de peças publicitárias pelo SESCOOP/SP;

10.1.35. A CONTRATADA fará constar, em destaque, todos os orçamentos de produção de peças, os custos 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;

10.1.36. A CONTRATADA garantirá a transferência ao SESCOOP/SP de toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e a fornecedores;

10.1.37. Entregar ao SESCOOP/SP, mensalmente ou conforme cronograma de execução aprovado, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas para cada campanha realizada, além de relatório dos serviços em andamento, com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio de desenvolvimento;

10.1.38. Com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambas tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades, a CONTRATADA deverá registrar em Relatório de Atendimento todas as reuniões de serviço realizadas com o SESCOOP/SP, devendo enviar esses relatórios ao SESCOOP/SP no prazo máximo de 2 (dois) dias úteis após a sua realização;

10.1.39. Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, o SESCOOP/SP solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 2 (dois) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório;

10.1.40. Responder perante o SESCOOP/SP e terceiros, em função dos serviços sob sua responsabilidade, por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou omissão, na veiculação de publicidade, ou por erro que tenha cometido durante a execução dos serviços objeto desse Termo de Referência e respectivo contrato;

10.1.41. 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 SESCOOP/SP;

10.1.42. Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção da propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato;

10.1.43. Ceder ao SESCOOP/SP os direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir em decorrência do contrato firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após o término da vigência do contrato;

10.1.44. Ceder ao SESCOOP/SP os direitos patrimoniais de uso das ideias, estudos, análises e planos, peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato;

10.1.45. Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, para execução dos serviços objeto desse Termo de Referência, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e o próprio SESCOOP/SP;

10.1.46. 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 SESCOOP/SP, ficando o não cumprimento desse item sujeito às penalidades cabíveis, sem prejuízo de possíveis indenizações por perdas e danos previstos na legislação ordinária;

10.1.47. Observar as disposições da Lei Geral de Proteção de Dados (Lei n.º 13.709/2018) na execução das atividades.

11. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

11.1. Competirá ao SESCOOP/SP:

11.1.1. Designar empregado para acompanhar, fiscalizar e conferir a execução do objeto contratual, fazendo o necessário para que a CONTRATADA possa executar a prestação dos serviços dentro das normas estabelecidas neste contrato;

11.1.2. Permitir o acesso dos empregados da CONTRATADA às instalações nas quais estejam previstas atividades inerentes à prestação dos serviços e/ou realização de reuniões, desde que devidamente identificados com crachás;

11.1.3. Prestar as informações e os esclarecimentos pertinentes ao objeto, que venham a ser solicitados pelo representante da CONTRATADA;

11.1.4. Recusar o recebimento do serviço em desacordo com as especificações constantes nesse Termo de Referência e nos demais documentos relativos ao processo de contratação, como o edital e contrato.

11.1.5. Notificar a CONTRATADA, imediatamente e por escrito, sobre imperfeições, falhas ou irregularidades constatadas na prestação dos serviços, para que sejam adotadas as medidas corretivas necessárias;

11.1.6. Solicitar a substituição de qualquer profissional da equipe técnica da CONTRATADA caso entenda que ele não está desempenhando adequadamente seu papel.

11.1.7. Solicitar à CONTRATADA a correção dos relatórios de Atendimento, relatórios de Despesas de produção e veiculação autorizadas ou relatórios de Serviço se houver erros no registro dos assuntos tratados/despesas autorizadas/serviços demandados, no prazo máximo de 2 (dois) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório;

11.1.8. Solicitar à CONTRATADA a correção da nota fiscal de serviços, quando apresentar erros em relação ao que estabelece esse Termo de Referência, o edital ou o contrato;

11.1.9. Efetuar os devidos pagamentos, na forma e nos prazos estipulados no instrumento convocatório e contratual que dele resultar, desde que atendidas todas as formalidades previstas, ou indicar as razões da recusa;

11.1.10. Acompanhar a CONTRATADA quanto à manutenção dos requisitos de habilitação durante toda a vigência do contrato;

11.1.11. Aplicar à CONTRATADA, quando for o caso, as penalidades regulamentares e contratuais;

11.1.12. Observar as disposições da Lei Geral de Proteção de Dados (Lei n.º 13.709/2018) na execução das atividades.

12. DO CONTROLE DA EXECUÇÃO E FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

12.1. A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada por representante designado pelo SESCOOP/SP, preferencialmente pertencente à Área de Marketing, que anotará em registro próprio todas as ocorrências relacionadas com a execução deste.

12.2. O representante do SESCOOP/SP indicado para acompanhar e fiscalizar a prestação do serviço informará à CONTRATADA todas as ocorrências relacionadas com a execução de seus serviços, determinando o que for necessário à regularização de falhas ou defeitos observados, em qualquer etapa da execução de serviços.

12.3. Para o acompanhamento da prestação do serviço, a cada demanda (Ordem de Serviço ou outro documento equivalente emitido) a CONTRATADA deverá emitir relatório, relacionando os serviços prestados, que deverá estar acompanhado da demonstração do valor devido aos fornecedores (com tabela de preços, descontos negociados, pedidos de inserção, relatório de checagem de inserções, entre outras comprovações possíveis), se for o caso.

12.4. O SESCOOP/SP reserva-se o direito de fiscalizar a efetividade dos serviços inerentes à execução do contrato, inclusive por meio de pesquisas junto a fornecedores, cooperativas, empresas parceiras e o público em geral.

12.5. A fiscalização de que trata este item não excluirá e nem reduzirá a responsabilidade da CONTRATADA pelo correto cumprimento das obrigações decorrentes desta contratação, tampouco por danos causados ao SESCOOP/SP ou a terceiros, decorrentes de ato ilícito ou outra irregularidade praticada na execução do contrato, ficando certo de que, na ocorrência destes, não implicará corresponsabilidade do SESCOOP/SP.

13. VALOR MÁXIMO DA CONTRATAÇÃO

13.1. A verba orçamentária destinada para execução do objeto desta licitação é originária do orçamento anual do SESCOOP/SP, com valor estimado de até R$ 3.500.000,00 (três milhões e quinhentos mil reais) por ano, ressalvada as hipóteses de alteração desse valor em decorrência de fatos imprevisíveis ou previsíveis, porém de consequências incalculáveis, ou, ainda, em caso de força maior, caso fortuito ou fato do príncipe.

13.2. A estimativa de verba de até R$ 3.500.000,00 (três milhões e quinhentos mil reais) por ano constitui mera previsão, não estando o SESCOOP/SP obrigado a realizá-la em sua totalidade, não cabendo à CONTRATADA o direito de pleitear qualquer tipo de reparação.

14. DA PROPOSTA DE PREÇOS

14.1. Todas as regras e informações necessárias à apresentação da proposta de preços pela licitante estão contidas nesse Termo de Referência, assim como no edital e seus anexos, sendo de exclusiva responsabilidade da licitante a observância dos critérios estabelecidos.

14.1.1. É utilizado como base a Tabela de Valores Referencias de Serviços do SINAPRO/SP;

14.2. A licitante deverá apresentar a sua proposta de preços pelos serviços prestados, contemplando todas as possibilidades de remuneração.

14.3. A proposta de preços deverá permanecer válida e em condições de aceitação por um período mínimo de 120 (cento e vinte) dias, contados da data de sua abertura, e a ausência deste prazo na proposta(s) implica em concordância tácita. Findo este prazo, ficam os licitantes liberados dos compromissos assumidos.

14.4. Nos preços cotados deverão estar inclusas todas as despesas diretas e indiretas, tais como: impostos, taxas, salários, seguros, fretes, encargos sociais, trabalhistas, previdenciários e de ordem de classe, passagens, hospedagens, alimentação, indenizações civis e seguros de acidente de trabalho, enfim, todas as despesas e materiais necessários para atender o objeto da Concorrência, além de deduzidos quaisquer descontos que venham a ser concedidos.

14.5. A proposta de preço apresentada e levada em consideração para efeito de julgamento será de exclusiva e total responsabilidade da licitante, não lhe cabendo o direito de pleitear qualquer alteração, seja para mais ou para menos.

14.6. A licitante deverá apresentar sua PROPOSTA DE PREÇOS pelos serviços prestados na forma de DECLARAÇÃO, contemplando todas as informações contidas nesse Termo de Referência, assim como no edital.

14.7. Em sua proposta de preços a licitante deverá levar em consideração aspectos relacionados aos direitos autorais e patrimoniais.

14.7.1. A licitante fará constar em sua proposta de preços declaração de que tratará da questão direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, estabelecendo:

I. A cessão total e definitiva dos direitos patrimoniais de uso das ideias, estudos, análises e planos, peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato.

II. O compromisso de que:

a) Em todas as contratações que envolvem direitos autorais de terceiros, se responsabilizará por solicitar, de cada terceiro que vier a ser contratado, 2 (dois) orçamentos para execução do serviço, sendo um de cessão de direitos

do autor por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que o SESCOOP/SP escolha uma das opções.

b) Nos casos de cessão de direitos patrimoniais por tempo limitado, utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão, de cuja negociação participará ao SESCOOP/SP, inclusive no que diz respeito à reutilização de peças publicitárias.

III. Deverá assumir também o compromisso de que, quando o SESCOOP/SP optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva dos direitos patrimoniais de obra artística, fará constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros, para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços, cláusulas escritas que:

a) Explicitem a cessão total e definitiva por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, a produção e a direção, a composição, o arranjo e a execução de trilhas sonoras, as matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados.

b) Estabeleçam que o SESCOOP/SP possa, a seu juízo, utilizar os referidos direitos, diretamente, com ou sem modificações, após o término do contrato ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

c) Considerará como já incluída no custo de produção qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos, por tempo limitado ou total e definitiva.

IV. A licitante deverá assegurar ainda o compromisso de que:

a) Fará constar, em destaque, todos os orçamentos de produção de peças, os custos 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.

b) Negociará sempre as melhores condições de preço para adquirir os direitos de imagem, de som e de voz profissionais do setor artístico e sobre obras consagradas, nos casos de reutilização de peças publicitárias pelo SESCOOP/SP.

c) Garantirá a transferência ao SESCOOP/SP de toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e a fornecedores.

15. DO PREÇO, FORMA DE PAGAMENTO E REAJUSTE

15.1. O SESCOOP/SP, por sua natureza jurídica de entidade paraestatal, está impedido de realizar qualquer tipo de pagamento antecipado.

15.2. Os valores dos serviços serão aqueles consignados na proposta da CONTRATADA e não poderão ser alterados durante todo o período de vigência do contrato, considerando-se inclusos todos os tributos e demais encargos de responsabilidade da CONTRATADA, restando claro que a CONTRATADA não poderá repassar ao SESCOOP/SP o pagamento de tributos e outros encargos.

15.3. Não haverá incidência de reajuste sobre os valores contratados, considerando a peculiaridade da remuneração da contratada, que constitui em percentagem sobre os custos dos trabalhos aprovados, nem compensação financeira, salvo a da tabela referencial de custos em real do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo - SINAPRO/SP.

15.4. Qualquer atualização nos preços de referência da tabela do SINAPRO-SP deverá ser comunicada ao SESCOOP/SP e os novos valores da tabela reajustada poderão ser adotados na execução do contrato somente após 15 (quinze) dias do comunicado formal da CONTRATADA ao Gestor do Contrato.

15.5. Os pagamentos ficam condicionados à prévia certificação quanto à execução satisfatória dos serviços.

15.6. Os pagamentos serão efetuados à medida que os serviços requisitados forem entregues, mediante apresentação da(s) respectiva(s) nota(s) fiscal(is) de serviço, da(s) Ordem(ns) de Serviço, acompanhados do relatório e da(s) demonstração(ões) do valor devido a fornecedor(es).

15.6.1. A(s) nota(s) fiscal(is)/fatura(s) deverá(ão) especificar o número do Contrato e da Concorrência correspondentes; ser emitida(s) pela própria CONTRATADA, obrigatoriamente com o número de inscrição no CNPJ indicado na proposta de preços e nos documentos de habilitação; conter o detalhamento do serviço prestado, de acordo com as informações contidas na Ordem de Serviço; expressar o valor em moeda corrente nacional, de acordo com o serviço prestado e em conformidade com o estipulado na proposta de preços da CONTRATADA, considerando inclusos os impostos, salários, benefícios, taxas, garantias, seguros, transporte de qualquer natureza, hospedagens, despesas administrativas, encargos sociais, previdenciários e fiscais, lucro e quaisquer outras despesas inerentes ao cumprimento da obrigação.

15.6.2. As transações efetuadas do 1º ao 15º dia do mês deverão ser pagas até o último dia útil do mês, para tanto as notas fiscais devem ser entregues ao Sescoop/SP até o 16º dia do mês. As transações efetuadas do 16º até o último dia do mês deverão ser pagas até o 15º dia do mês subsequente ao da prestação dos serviços, para tanto as notas fiscais devem ser entregues ao Sescoop até o 30º dia do mês da prestação dos serviços. Para pagamento dos serviços prestados, a CONTRATADA deverá apresentar Nota Fiscal, que deve constar, obrigatoriamente, o código de serviços compatível com a licitação, e demais documentos de regularidade fiscal.

15.6.3. Os documentos fiscais/faturas não aprovados pelo SESCOOP/SP serão devolvidos, juntamente com os motivos de sua rejeição, para que sejam providenciadas as correções necessárias, reiniciando-se a contagem do prazo para pagamento a partir de sua reapresentação, sem qualquer tipo de correção monetária.

15.7. O pagamento será realizado mediante o cumprimento ou adimplemento de todas as obrigações previstas no edital e respectivo contrato, sem prejuízo das sanções previstas.

15.8. Para liquidação dos valores relativos à aquisição dos bens e/ou prestação de serviços será ainda observado o que segue:

a) O SESCOOP/SP se resguarda o direito de suspender o pagamento, sem qualquer ônus para si, no caso de não serem prestados os serviços nos exatos moldes especificados, conforme especificações descritas no edital e que foram propostas, aceitas e contratadas;

b) O SESCOOP/SP poderá deduzir do montante a pagar os valores referentes às penalidades devidas pela CONTRATADA, em razão de descumprimento das cláusulas contratuais, nos termos do contrato;

c) Nenhum pagamento será efetuado à CONTRATADA enquanto pendente de liquidação qualquer obrigação exigível para com o SESCOOP/SP, sem que isso gere direito a reajustamento de preços ou a correção monetária.

15.9. O não cumprimento de quaisquer obrigações contratuais ou legais sujeitará a CONTRATADA às penalidades previstas em lei ou em contrato.

16. DA VIGÊNCIA

16.1. O contrato terá início a partir da data de sua assinatura, com vigência de 12 (doze) meses, podendo, a critério das partes, ser prorrogado, mediante termo aditivo, não podendo ultrapassar o limite máximo legal de 60 (sessenta) meses.

17. DA ACEITAÇÃO DO CÓDIGO DE ÉTICA DO SESCOOP/SP

17.1. O envio da proposta evidencia a aceitação dos princípios fundamentais e éticos que norteiam a conduta dos empregados, estagiários, menores aprendizes e prestadores de serviços do SESCOOP/SP, conforme disposições contidas na Portaria nº. 053/2018, que aprova o Código de Ética Profissional e respectivos instrumentos e dá outras providências, disponível em https://sistemaocesp.coop.br/?a=pagina&c=196, ícone “Integridade” ou outro normativo que vier a substituí-lo.

18. DAS PENALIDADES

18.1. No caso de atraso injustificado da CONTRATADA em executar os serviços contratados ou, ainda, de inadimplemento de qualquer obrigação contratual sujeitará a CONTRATADA, a critério do CONTRATANTE, à aplicação das seguintes penalidades:

a) Advertência;

b) Multa, sem prejuízo de eventuais danos materiais e/ou morais;

c) Suspensão temporária de participar em licitações e impedimento de contratar com a o SESCOOP/SP por prazo não superior a 02 (dois) anos.

18.2. O atraso desproporcional e não justificado no início ou na execução da prestação dos serviços implicará multa de 10% (dez por cento) a 20% (trinta por cento) sobre o valor total do valor da respectiva Ordem de Serviço.

18.3. Para aplicação das penalidades aqui previstas, a CONTRATADA será notificada para apresentação de defesa prévia, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados da notificação.

18.4. O prazo máximo para recolhimento da multa aplicada será de até 10 (dez) dias úteis a contar do recebimento da intimação pela CONTRATADA.

18.5. As penalidades previstas neste instrumento são independentes entre si, podendo ser aplicadas isolada ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis.

18.6. O valor das multas aplicadas será descontado do pagamento e, se for o caso, cobrado judicialmente.

18.7. A inobservância das disposições contidas neste instrumento, bem como a ocorrência de situações indesejadas na execução do contrato ensejará a cobrança de penalidades, mediante notificação à CONTRATADA.

18.8. As multas serão cobradas sem prejuízo da ação judicial, cabível, podendo ensejar, inclusive, a rescisão do contrato por descumprimento de obrigação. A rescisão não isenta a CONTRATADA da ação judicial cabível, em caso de prejuízo ao CONTRATANTE.

19. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

19.1. Atestado(s) de Capacidade Técnica, fornecido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, em nome da licitante, comprovando que presta ou já prestou, a contento, serviços compatíveis com o objeto deste edital (serviços especializados em publicidade e propaganda);

a) O atestado deverá conter a identificação do signatário e ser apresentado em papel timbrado do declarante.

b) O atestado deverá conter o endereço completo, CNPJ do seu emitente e a descrição dos serviços executados.

c) A identificação do responsável pela emissão do atestado com nome, função e telefone para solicitação de informações adicionais de interesse da Unidade Nacional do SESCOOP/SP, caso seja necessário.

d) Local e data de emissão.

e) O atestado de capacidade técnica poderá ser objeto de diligência, a critério do SESCOOP/SP, para verificação da autenticidade de seu conteúdo.

f) Encontrada divergência entre o especificado no atestado e o apurado em eventual diligência, inclusive validação do contrato de prestação de serviços entre o emissor do atestado e o licitante, além da inabilitação nesta concorrência, fica sujeito o licitante às penalidades cabíveis.

20. DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA (ENVELOPES A, B, C)

20.1.A proposta técnica será apresentada em três invólucros distintos, representados pelos envelopes A, B e C, respectivamente: a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária, a Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária e a Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

20.2. A Proposta Técnica consistirá em um conjunto de textos e anexos, conforme detalhamento a seguir:

20.2.1. Especificações gerais sobre formato

20.2.1.1. Os conteúdos dos três envelopes referentes à proposta técnica deverão ser apresentados em fonte Arial, corpo 12, na cor preta, com alinhamento justificado, espaçamento normal entre caracteres, espaçamento entre

as linhas de 1,5, espaçamento entre parágrafos de 12 pontos (antes e depois), espaçamento duplo antes e depois de títulos e de entretítulos, formato A4, numeração em algarismo arábico centralizada na parte inferior e margens da página em configuração normal com as seguintes medidas: superior: 3 cm, inferior: 2,5 cm, esquerda: 3 cm, direita: 2,5 cm.

20.2.1.2. Todas as folhas dos conteúdos dos envelopes A, B, C, D e E deverão ser entregues em ordem sequencial, com numeração de página. Tal medida visa salvaguardar os interesses dos participantes quanto ao aspecto de segurança e transparência do processo licitatório. O não atendimento ao solicitado implicará a perda do direito a futuras reclamações.

20.2.1.3. Sobre encadernação dos conteúdos, o caderno do envelope A deverá ser encadernado em espiral na cor preta, capa transparente e contracapa na cor preta; e na encadernação dos conteúdos dos envelopes B e C poderá ser usada capa e contracapa da licitante, em formato A-4.

20.2.1.4. Para o Plano de Comunicação Publicitária, constante nos envelopes A e B, os textos, no total de cada invólucro, não poderão exceder a 12 (doze) laudas. Neste limite não serão contabilizadas as peças da ideia criativa. Neste limite não estão contabilizadas as peças da ideia criativa, ou seja, os textos de Raciocínio básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia somados não poderão ultrapassar 12 (doze) páginas.

20.2.1.5. Informações e comprovações que, por força editalícia, tenham que ser fornecidas por terceiros, como declarações e atestados, serão pontuadas não pelo seu formato, mas pelo conteúdo.

20.2.1.6. Para a Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos (Envelope C), o caderno de textos e documentos não poderá exceder 100 (cem) laudas.

20.5.2.1.7. Nos casos em que for permitido, a apresentação de conteúdo impresso em formato A3 será computada como duas páginas.

20.2.1.8. Qualquer informação que extrapole a quantidade de laudas permitida será desconsiderada, podendo resultar em perda de pontuação caso comprometa a conclusão textual ou a compreensão do conteúdo.

20.2.1.9. As assinaturas de terceiros em declarações e atestados poderão ser apostas de próprio punho ou por meio de certificados digitais gerados por Autoridades Certificadoras reconhecidas pelo ICP-Brasil, conforme instituído na Medida Provisória nº 2.200-2 de 24 de agosto de 2001. As assinaturas de representante legal da licitante, quando solicitadas, deverão ser apostas sempre de próprio punho nos documentos pertinentes.

20.2.2. Especificações da Proposta Técnica Apócrifa (ENVELOPE A)

20.2.2.1. O envelope destinado à PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA – Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária será padronizado e fornecido previamente pelo SESCOOP/SP, conforme descrito neste termo de referência.

20.2.2.2. A Proposta Técnica Apócrifa deverá ser apresentada sem a identificação da empresa proponente. Portanto, é vedada a aposição, no Envelope "A" e em todo o seu conteúdo, de marca, sinal ou outro elemento que possibilite identificar a licitante, inclusive etiquetas e lacres, sob pena de desclassificação.

20.2.2.3. A numeração de páginas do Envelope "A" (Proposta Apócrifa) não poderá ser manuscrita, sob pena de aposição de elemento capaz de identificar a licitante.

20.2.2.4. O Envelope "A" – "PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA" deverá conter o Plano de Comunicação Publicitária, composto por Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e respectivos anexos.

20.2.2.5. Para efeito de avaliação nesta fase, as licitantes deverão apresentar uma campanha publicitária simulada sobre o tema hipotético apresentado no briefing, documento que é parte integrante do Edital.

20.2.3. Especificações sobre o Plano de Comunicação Publicitária (Envelopes A e B)

20.2.3.1. O Plano de Comunicação Publicitária versará sobre os seguintes quesitos:

20.2.3.1.1. RACIOCÍNIO BÁSICO: sob a forma de texto, a licitante deverá apresentar um diagnóstico das necessidades de comunicação social publicitária do SESCOOP/SP, evidenciando a sua compreensão sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;

20.2.3.1.2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA: sob a forma de texto, a licitante deverá indicar e defender a estratégia publicitária escolhida para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejados pelo SESCOOP/SP. Espera-se que a empresa apresente e defenda um conceito de comunicação que permeará toda a estratégia publicitária proposta, compreendendo:

a) Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com o 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 quais os meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas que propõe utilizar.

20.2.3.1.3. IDEIA CRIATIVA: exclusivamente sob a forma de peças publicitárias, a licitante apresentará campanha publicitária com a sua resposta criativa aos desafios e metas por ela explicitados na estratégia de comunicação social publicitária.

a) Apresentar relação de todas as peças e/ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária. É vedada, para esse item, a apresentação de texto que explique a ideia criativa, suas peças, ou defenda as escolhas da agência. O proponente deve apenas apresentar uma lista simples com a especificação de cada peça e/ou material e sua função tática.

b) Da relação de peças apresentadas, a agência licitante deverá 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. As peças de Ideia Criativa a serem apresentadas pela agência licitante serão limitadas a 10 (dez), incluindo storyboard, sendo vedada a apresentação de "monstros" (de áudio e/ou vídeo).

c) As peças apresentadas no item Ideia Criativa deverão ser afixadas sobre papel cartão na cor preta (gramatura a partir de 200 g/m²).

d) A quantidade de imagens, bem como o tamanho das impressões e das pranchas em papel cartão, poderão ser livremente definidos pelas agências, desde que todo o conteúdo caiba no envelope padrão, formato A2 – a ser disponibilizado pelo SESCOOP/SP –, sem danificar o invólucro nem as peças.

e) A apresentação de texto explicativo, nesse quesito, significará a desclassificação da empresa licitante.

20.2.3.1.4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA: sob a forma de texto, tabelas, gráficos e/ou planilhas, o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas de mídia recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação social publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada neste edital. A licitante apresentará também simulação de plano de distribuição, no qual identificará todas as peças e ou materiais destinados à veiculação, exposição ou distribuição. Todas as peças e material que integrarem a relação prevista na Ideia Criativa deverão constar dessa simulação, contendo um resumo geral com informações no mínimo sobre:

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.

Nessa simulação:

1 Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

2 Deve ser desconsiderado o repasse de desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

3 Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

4 Portanto, quando da elaboração da simulação do plano de mídia, bem como em qualquer outro custo apresentado na proposta técnica, as licitantes deverão utilizar os valores cheios das tabelas adequadas ao serviço em questão, sem considerar quaisquer percentuais de descontos possíveis nas respectivas propostas de preço.

20.2.3.2. A licitante deverá apresentar os seguintes anexos do Plano de Comunicação Publicitária,

os quais não serão contabilizados no total de páginas da proposta:

I. Quadro resumo da distribuição da verba disponível na rubrica de estudo e pesquisa, criação, produção e veiculação, com identificação das peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação;

II. Planilhas que corporifiquem a estratégia de mídia apresentada.

20.2.4. Especificações sobre o Plano de Comunicação Publicitária – VIA IDENTIFICADA (ENVELOPE B)

20.2.4.1. A via identificada do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à IDEIA CRIATIVA, mas com a identificação da licitante.

20.2.5. Especificações da Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (ENVELOPE C)

20.2.5.1. O Envelope “C” – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS deverá conter as informações referentes à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

20.2.5.2. O julgamento do envelope C será feito pela mesma Comissão Interna de Análise e Avaliação que julgará o conteúdo do envelope A. Assim, é vedada a aposição no (envelope “C”) e em todos os documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que permita a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária não identificado (envelope “A”), em qualquer momento anterior à abertura do invólucro da via identificada (envelope “B”).

20.2.5.2.1. Capacidade de Atendimento: sob a forma de texto, tabelas, gráfico, diagramas, fotos e outros recursos que considerar pertinentes, a agência licitante deverá informar a sua Capacidade de Atendimento apresentando:

a) Descrição da composição da diretoria da empresa e da equipe com a quantificação e qualificação dos profissionais que efetivamente responderão pela execução do contrato com o SESCOOP/SP, de maneira discriminada, por setor da agência, respondendo à demanda de profissionais minimamente estipulada no item 7.3. do Termo de Referência;

b) Para fins de comprovação da experiência na função de todos os profissionais que serão colocados à disposição do SESCOOP/SP na execução do contrato, informando as respectivas áreas de atuação, a licitante deverá apresentar currículo resumido (nome, formação, experiência), acompanhado de cópia simples de certificados de conclusão de cursos de graduação e pós-graduação e de declaração assinada pelo representante legal da licitante atestando a veracidade dos dados informados.

c) A relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com especificação do início de atendimento de cada um deles e abrangência geográfica de atuação (âmbito nacional, regional, estadual ou local). A Comissão de Licitação ou a Subcomissão Especial poderá, a qualquer momento, fazer diligência para confirmar as informações prestadas, ficando a licitante sujeita a penalidades cabíveis em caso de não-conformidade de dados.

d) Apresentação de atestado(s) fornecido(s) por cliente(s) atendido(s) pela agência, necessariamente pessoa jurídica de direito público ou privado, comprovando ter a licitante prestado, de maneira satisfatória, no mínimo, serviços de criação, execução e produção de campanhas e peças publicitárias, atestando ainda a pontualidade no atendimento às obrigações por ela assumidas. O atestado deve conter informações sobre o período do atendimento, com assinatura do cliente, com explicitação do cargo e telefone de contato. A Comissão de Licitação poderá realizar diligência para verificar a legitimidade do atestado.

e) Apresentação textual das instalações físicas da licitante, instrumental técnico, infraestrutura e recursos materiais que estarão à disposição do SESCOOP/SP para a execução do contrato;

f) Descrição da forma de atendimento, a ser implementada pela agência na execução do contrato, incluídos os prazos a serem cumpridos em condições normais de trabalho (observados os prazos máximos estabelecidos no item 8.2 do Termo de Referência;

g) Descrição das informações de marketing e comunicação, pesquisa de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia a serem colocadas regularmente à disposição do SESCOOP/SP, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

20.2.5.2.2. Sobre o Repertório: sob a forma de peças publicitárias, a agência deverá apresentar até 10 (dez) peças do seu repertório, de qualquer tipo ou forma de veiculação;

a) As peças do repertório deverão comprovar o desempenho da licitante na prestação de serviços publicitários, sendo que tenha pelo menos 1 (um) filme de VT, 1 (um) spot de rádio ou jingle, 1 (um) anúncio de jornal ou revista, 1 (uma) ação de internet (tais como banner, hotsite, marketing viral e outros) e 1 (uma) peça de mídia exterior (outdoor, mobiliário urbano, busdoor e outros) 1 (uma) ação de endomarketing (mídia indoor e outros);

b) A licitante deverá apresentar cada peça acompanhada de sua respectiva ficha técnica contendo breve descritivo indicando onde e quando a peça foi veiculada e assinatura do anunciante responsável, atestando a qualidade do trabalho executado pela agência;

c) As peças do repertório e demais informações pertinentes não poderão conter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (envelope A), que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro B, sob pena de desclassificação da licitante;

d) O repertório será constituído por peças concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela agência licitante a partir de 01/01/2019;

e) As peças gráficas referentes ao repertório poderão integrar um caderno específico ou serem apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças;

f) As peças eletrônicas/digitais deverão ser fornecidas em pen drive que não poderá conter qualquer indício de identificação da autoria da proposta apócrifa;

g) Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida nas especificações da proposta técnica, a sua pontuação, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida pela aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista para esse item.

h) As peças e/ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e ou aprovados pelo SESCOOP/SP em ocasião anterior;

i) Não serão aceitos trabalhos que configurem apresentação de materiais especulativos, condenados pela legislação da propaganda nem mesmo a título de exemplo ou sugestão.

20.2.5.2.3. Sobre o Relato de Soluções de Problemas de Comunicação: sob a forma de texto e de peças, a licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem o Relato de Soluções de Problemas de Comunicação, observando as seguintes especificações:

a) As informações devem ser apresentadas em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em folhas numeradas sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas pelo representante legal da licitante;

b) A licitante deverá apresentar 2 (dois) relatos de soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação, planejadas por ela, cada relato com o máximo de 3 (três) páginas, descrevendo o problema que se propôs a resolver, contemplando a identificação da licitante e de seu cliente, o título da campanha, o período de produção e de veiculação, exposição e/ou distribuição;

c) Os relatos deverão refletir soluções de problemas de comunicação, planejadas pela licitante e implementadas por seus clientes a partir de 1º de janeiro de 2019, e cujos resultados alcançados sejam mensuráveis por meio da discriminação de números, estatísticas ou pesquisas;

d) Se a licitante apresentar relatos em quantidade inferior à estabelecida ou se um dos relatos não atender aos critérios deste edital, a pontuação máxima da licitante, neste quesito, será proporcional ao número de relatos apresentados. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima;

e) Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes, que não deverão ter nenhum vínculo profissional com a agência. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, rubricadas e assinadas na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário à época; O referendo deverá ser apresentado em papel timbrado da licitante.

f) É vedada a apresentação de relato referente a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pelo SESCOOP/SP;

g) Os documentos e informações referentes ao Relato de Soluções não poderão conter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro B;

h) Na forma de anexos, que não serão contabilizados na quantidade de páginas especificada para esse item, devem ser apresentadas as peças publicitárias do relato;

i) 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, sendo que:

i. as peças eletrônicas/digitais deverão ser fornecidas em pen drive, que não poderá conter qualquer indício de identificação da autoria da proposta apócrifa;

ii. as peças e/ou material deverão estar acompanhadas da respectiva ficha técnica contendo APENAS: título, data de produção, período de exposição e/ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo e o período de inserção;

iii. as peças gráficas poderão integrar o caderno específico, em papel A4 ou A3 dobrado, ou serem apresentadas separadamente.

20.2.6. Especificações sobre a Campanha Simulada

20.2.6.1. Na elaboração do Plano de Comunicação Publicitária, a agência licitante deverá apresentar uma campanha simulada com base no briefing.

20.2.6.2. O briefing define o problema de comunicação do SESCOOP/SP, cabendo a cada licitante evidenciar a sua compreensão sobre o tema proposto.

20.2.6.3. A licitante deverá desenvolver a campanha considerando a verba hipotética de R$ 2.000.000,00 (Dois milhões de reais), com período de execução de 90 (noventa) dias, compreendendo os meses de março a maio de 2023.

20.2.6.4. A campanha simulada pela licitante evidenciará o seu nível de compreensão sobre o contexto do anunciante e sobre o problema de comunicação, possibilitando a análise e o julgamento técnico, conforme os quesitos especificados no Edital.

21. CONTA ORÇAMENTÁRIA

3.1.2.02.05.001 - Anúncio, Divulgação, Propaganda E Publicação

22. GESTOR E FISCAL DO CONTRATO

22.1. Gestor: Silvana Sousa Boava

22.2. Fiscal: Ana Carolina Tartari Fernandes

23. ANEXOS

- ANEXO I - BRIEFING CAMPANHA PUBLICITÁRIA
- ANEXO II - MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL

24. DISPOSIÇÕES GERAIS

Não se aplica.

São Paulo, 15 de junho de 2022

_____	_____
Flavio Bersani de Freitas Superintendente Executivo Técnico	Silvana Sousa Boava Coordenadora de Marketing Gestora do Contrato

ANEXO I DO TERMO DE REFERÊNCIA

BRIEFING CAMPANHA PUBLICITÁRIA SESCOOP/SP

1. Apresentação institucional

O cooperativismo é uma filosofia que mantém em todo o mundo os mesmos princípios: adesão voluntária e livre; gestão democrática; participação econômica dos membros; educação, formação e informação; autonomia e independência; interesse pela comunidade e intercooperação. No Brasil, o movimento cooperativista é representado oficialmente pelo Sistema OCB, instituição privada e apartidária composta por três entidades complementares entre si:

• **Organização das Cooperativas do Estado de São Paulo** – Fundada em 1970, a Organização das Cooperativas do Estado de São Paulo (Ocesp) é a entidade de representação do cooperativismo no estado de São Paulo. É voltada para o fomento, acesso, orientação, capacitação e defesa dos interesses das cooperativas nos seus respectivos segmentos. Atuação da Ocesp: **Registro** - A Ocesp é responsável pelo cadastro e registro das cooperativas paulistas junto à Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB). **Defesas nos âmbitos administrativo e judiciário** - Dentre
suas prerrogativas legais, a Ocesp realiza também a defesa dos interesses das cooperativas, no contexto judicial - com a atuação coletiva contra práticas ilegais que impactam os negócios cooperativos - e administrativo, por meio da articulação de pleitos das cooperativas nos órgãos públicos. **Representação político-institucional** - A Ocesp defende os interesses do cooperativismo paulista frente aos Poderes Legislativo e Executivo nas três esferas da federação, seja no âmbito municipal, estadual ou federal.
• **Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo no Estado de São Paulo (SESCOOP/SP)** – integrante do chamado "Sistema S", o SESCOOP foi instituído em 1998 com o papel de promover a educação cooperativista. A entidade atua com três focos prioritários: formação profissional, promoção social e monitoramento das cooperativas. Mantém o compromisso com a sustentabilidade, fomentando projetos que buscam educar e levar a doutrina cooperativista às novas gerações.
• **A Federação do Sindicato das Cooperativas no Estado de São Paulo (Fescoop/SP)** - Fundada em 2008, a Federação dos Sindicatos das Cooperativas no Estado de São Paulo é uma entidade sindical de segundo grau que atua pela defesa dos interesses das cooperativas paulistas, buscando o equilíbrio nas relações de trabalho com seus empregados. Atuação da Fescoop/SP: **Administrativa** - Ocupa assentos em órgãos públicos para discutir temas específicos e, quando necessário, propõe projetos de lei e outras providências para resguardar interesses das
cooperativas. **Extrajudicial** - Estabelece convênios e parcerias com entidades privadas para oferecer serviços aos sindicatos de cooperativas filiados. **Judicial** - Propõe, na ausência de sindicato organizado como disposto na CLT, medidas judiciais sobre matérias relevantes para as cooperativas, desde controvérsias trabalhistas a questões tributárias.

Essas três entidades atuam no Estado de São Paulo para desenvolver o cooperativismo e potencializar a presença do setor cooperativista na economia e na sociedade brasileira. Juntas, elas buscam superar grandes desafios, entre eles construir um ambiente creditício mais favorável para o desenvolvimento das cooperativas, levar apoio técnico ao setor e promover a sua profissionalização.

2. O SESCOOP/SP

Com a missão de promover a cultura cooperativista e o aperfeiçoamento da governança e da gestão para o desenvolvimento das cooperativas no Estado de São Paulo, o SESCOOP/SP tem como base a Diretriz Nacional de Atuação Finalística, composta por:

• Monitoramento – conjunto de atividades integradas de diagnóstico e acompanhamento da identidade, da governança, da gestão e do desempenho para subsidiar o planejamento das ações que visam o desenvolvimento sustentável das cooperativas.

• Formação Profissional – conjunto de atividades que visam a desenvolver conhecimentos, habilidades e atitudes necessárias para a qualificação profissional para o desenvolvimento humano, contribuindo para o desenvolvimento sustentável das cooperativas.

• Promoção Social – conjunto integrado de ações com enfoque educativo para promover a cultura da cooperação, o bem-estar e a qualidade de vida das pessoas, contribuindo para o desenvolvimento sustentável das cooperativas e, consequentemente, de suas comunidades. Em uma visão de processos, a atuação finalística é ordenada de forma que o SESCOOP/SP consiga:

• Diagnosticar a situação das cooperativas em relação à cultura cooperativista e à gestão.

• Gerar informações e conhecimento sobre temas relacionados ao cooperativismo e à atuação das cooperativas, especialmente à cultura cooperativista e à gestão das cooperativas.

• Conhecer fatores do ambiente externo que podem dificultar ou impulsionar o desenvolvimento organizacional das cooperativas.

• Executar e apoiar iniciativas que, utilizando os conhecimentos gerados, visem à promoção do desenvolvimento das pessoas, fator necessário ao desenvolvimento das cooperativas.

Dessa forma, a contribuição do SESCOOP/SP para o desenvolvimento organizacional das cooperativas é sustentada por meio de três entregas (diagnóstico, monitoramento e desenvolvimento humano), integradas e inter-relacionadas.

Convém observar que o SESCOOP/SP tem abrangência em todo o Estado de São Paulo, abrangendo 1.047 cooperativas, em 07 ramos de atividades, reunindo 3.824.525 cooperados e 77.434 funcionários.

3. Problema de comunicação

Com sua filosofia de vida e seu modelo econômico sustentável, o cooperativismo tem desempenhado um papel muito importante nas comunidades brasileiras. Contudo, de cada dez pessoas, apenas quatro o conhecem.

Consumir produtos e serviços ofertados pelas cooperativas é um hábito comum no dia a dia da população que vive no campo e nas grandes cidades, ainda assim, uma parcela representativa certamente não sabe ou reconhece a organização cooperativista que existe por trás desta relação de consumo, sequer tem consciência do valor agregado que ela possui.

Embora o cooperativismo esteja presente em todos os setores econômicos, contribuindo para a redução dos índices de desemprego, fortalecendo a economia e promovendo relações harmoniosas e mais equilibradas nos ambientes de trabalho, seus conceitos precisam ser amplamente disseminados, tanto para gerar reconhecimento de seu papel quanto para aumentar sua visibilidade e ampliar sua rede de cooperação.

No Estado de São Paulo, o setor cooperativista é responsável por 85 milhões do PIB estadual.

Contudo, muitos cooperados não conhecem, ou conhecem parcialmente, o amplo leque de serviços e o SESCCOP/SP e os demais componentes do sistema cooperativista, como a OCESP, oferecem.

Diante deste cenário, o SESCOOP/SP, em um exercício hipotético, propõe que as agências desenvolvam uma campanha voltada para o problema de comunicação existente, relacionado à disseminação dos serviços e conceitos relacionados ao cooperativismo para os próprios cooperativados paulistas.

4. Objetivos de comunicação

4.1 Geral

• Tornar os serviços oferecidos pelo SESCOOP/SP, e pelo sistema OCESP, mais conhecido pelos cooperados, em seus diversos ramos de atividades, bem como o conceito de cooperativismo como uma modelo de negócio mais sustentável, justo e atraente.

4.2 Objetivos específicos

• Apresentar a atuação do SECOOP/SP e os benefícios que os cooperados podem usufruir.
• Difundir e promover os serviços oferecidos pelo SESCOOP/SP entre os cooperados.
• Fortalecer ainda mais a cultura cooperativista entre os cooperados.
• Estimular o relacionamento entre as coopratívas paulistas.
• Posicionar o cooperativismo como relevante na agenda social e econômica do estado de São Paulo.

5. Desafios de comunicação

Para alcançar os objetivos de comunicação, a agência licitante deve compreender e segmentar os públicos-alvo a fim de criar estratégias mais adequadas aos seus perfis;

A campanha de comunicação deve utilizar os meios tradicionais de mídia, estratégias de redes sociais e mídias digitais e propor meios alternativos de divulgação que, em muitos casos, são economicamente viáveis e efetivos.

As peças deverão conter a marca Somoscoop – Movimento cooperativista que nasceu para divulgar o cooperativismo e despertar o orgulho Coop; unir cooperativas e cooperados; conectar pessoas que acreditam nesse modelo de negócio; e mostrar a força do cooperativismo no Brasil. Deverão também ser assinadas pela marca SESCOOP/SP.

6. Públicos-alvo

• Cooperado: despertar o sentimento de pertencimento e fortalecer o espírito cooperativista naquele que já o tem como modelo de negócio.
• Dirigentes e funcionários de cooperativas: apresentar os serviços do SESCOOP/SP e os benefícios oferecidos.
• Público interno: colaboradores/empregados do SESCOOP/SP que precisam se manter informados das iniciativas a entidade, bem como motivados em suas atividades de levar a bandeira do cooperativismo no seu dia a dia.

7. Abrangência

A campanha deverá abranger todo o ESTADO DE SÃO PAULO com foco nos públicos segmentados.

8. Período

O cronograma de veiculação, distribuição ou exposição das peças publicitárias deverá ser proposto pelas licitantes com base nas respectivas estratégias de mídia e não mídia, dentro de um período de três meses: abril a maio de 2022.

9. Verba publicitária

Para a produção, veiculação, exposição e/ou distribuição desta campanha será destinada a verba hipotética de R$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais).
No plano de mídia simulado devem ser considerados os valores "cheios" de tabelas dos veículos (sem o desconto padrão e quaisquer outros descontos), vigentes na data de publicação do edital.
A proposta da licitante deverá prever todas as despesas necessárias para implementar a produção, veiculação e/ou distribuição da campanha; todavia, não poderá prever custos internos da agência licitante.

10. Recursos próprios de comunicação

O SESCOOP/SP possui alguns veículos e canais de comunicação, periódicos e eventuais, que poderão ser considerados na elaboração das campanhas. Os meios atualmente em uso estão listados a seguir e podem ser usados em caso de campanha publicitária aprovada pela entidade.

• Informativo SP Cooperativo: trata-se de informativo digital com notícias relacionadas ao cooperativismo e temas de interesse.
• Site https://www.sistemaocesp.coop.br/. É uma plataforma de comunicação, atualmente o principal canal de comunicação do SESCOOP/SP com as cooperativas e sociedade. Em sua interface, podem ser encontrados links de acesso a informações técnicas e institucionais do SESCOOP/SP, entre outros pontos.
• Redes sociais (@sistemaocesp @somoscoop): o SESCOOP/SP mantém perfis em diferentes canais de redes sociais. As mensagens e os conteúdos postados com regularidade se adéquam aos perfis de cada uma das plataformas
• Mailing: o SESCOOP/SP possui um banco de dados com endereços postais das cooperativas que já participaram de seus webinários e cursos de capacitação online. Esse público que pode ser impactado de forma segmentada por meio de e-mail marketing e outras ações.
• SMS/WhatsApp: Se houver justificativa e necessidade, podem ser enviadas mensagens para as listas de transmissão do SESCOOP/SP.

11. Logotipo

As marcas SESCOOP/SP e SomosCoop e seus respectivos manuais de aplicação estão disponíveis no link informado no Anexo II.

ANEXO II DO TERMO DE REFERÊNCIA
MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL

Os manuais de identidades visuais podem ser acessados pelos links abaixo:

- **Sescoop/SP e OCESP:** https://www.sistemaocesp.coop.br/?a=licitacoes
- **SomosCoop:** https://www.somos.coop.br/central-da-marca/

Importante:
Nesse manual constam fontes de uso gratuito e tipologias que são pagas. Cabe à licitante, no desenvolvimento de suas peças, optar por fontes tipográficas de livre acesso ou adquirir pacotes de fontes por sua inteira responsabilidade.

ANEXO 2 – DA MINUTA DO CONTRATO
ORDEM DE EXECUÇÃO – SERVIÇOS INTERNOS DA AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

Número:
Data:
Solicitante

- Nome:
- Área:

Emitido para

- Nome da contratante:
- Nome da pessoa:

Briefing anexo

- Sim ( )
- Não ( )

1. **Serviços a serem solicitados**

ITEM	**SERVIÇOS**	**PRAZOS MÁXIMOS** (em dias úteis)

2. **Descrição detalhada dos serviços**

ITEM	**SERVIÇOS**

3. **Valor dos serviços solicitados**

ITEM	SERVIÇOS	VALOR
	TOTAL	

_____
Solicitante

_____
Contratada

ANEXO 3 DA MINUTA DO CONTRATO

PEDIDO DE FORNECIMENTO – AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

Número:
Data:
Solicitante

- Nome:
- Área:

Emitido para

- Nome da contratante:
- Nome da pessoa:

Briefing anexo

- Sim ( )
- Não ( )

1.Serviços a serem solicitados (devem ser apresentados pelo menos 03 cotações)

ITEM	**SERVIÇOS**	**PRAZOS MÁXIMOS** (em dias úteis)

2. **Descrição detalhada dos serviços**

ITEM	**SERVIÇOS**

3. **Valor dos serviços solicitados**

ITEM	**SERVIÇOS**	**VALOR**

	TOTAL	

_____ _____

Solicitante Contratada

ANEXO 4 DA MINUTA DO CONTRATO

AUTORIZAÇÃO DE EXECUÇÃO – SERVIÇOS DE TERCEIROS – AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

Número:
Data:
Solicitante

- Nome:
- Área:

Emitido para

- Nome da contratante:
- Nome da pessoa:

1. Valor dos serviços solicitados

ITEM	SERVIÇOS	VALOR
	TOTAL	

Autorizamos a empresa X a executar os serviços listados na tabela 1, deste documento.

_____
Solicitante

_____
Contratada