



**Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto**

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

# EDITAL

## CONCORRÊNCIA Nº 6/2022 Processo Administrativo nº 092134/2022

A PREFEITURA MUNICIPAL DE RIBEIRÃO PRETO, através do Departamento de Materiais e Licitações da Secretaria Municipal de Administração, torna público que, nas datas, horário e local abaixo assinalados, fará realizar licitação na modalidade de **CONCORRÊNCIA**, de nº **6/2022**, com critério de julgamento de **TÉCNICA E PREÇO**, em conformidade com as disposições deste Edital e respectivos Anexos.

**Regência:** Leis nºs. 8.666/93, 8.883/94 e suas alterações posteriores, Lei Complementar nº 123 de 14 de dezembro de 2006 e suas alterações posteriores, Lei nº 12.232 de 29 de abril de 2010, Lei nº 4.680 de 18 de junho de 1965 e Decreto nº 57.690 de 01 de fevereiro de 1966.

**Tipo de licitação:** TÉCNICA E PREÇO

**Regime de execução:** Indireta

**Repartição Interessada:** Secretaria Municipal da Casa Civil

**Dotação Orçamentária:**

3.3.90.39 01.110.0000 04.131.20201.2.0003

- Vínculo: Geral
- Classificação Funcional: Serviço de Suporte
- Fonte de Recursos: Tesouro

**Prazo de Execução e Vigência do Contrato:** 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado de acordo com a Lei 8666/93.

**Valor Máximo Estimado:** R\$ 10.894.341,00 (dez milhões, oitocentos e noventa e quatro mil, trezentos e quarenta e um reais).

**Objeto:** Contratação de Agência de Publicidade para prestação de serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas com o fim específico de divulgar as ações da Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto/SP, conforme descrito em edital e anexos.

### ENTREGA DA DOCUMENTAÇÃO, PROPOSTA E ABERTURA DE ENVELOPES

**Local:** Secretaria Municipal de Administração.

**Departamento:** Materiais e Licitações

**Endereço:** Rua Jacira nº 50

**Bairro:** Jardim Macedo

**Cidade:** Ribeirão Preto

**Fone:** (16) 3977-8833

**CEP:** 14091-130

**Estado:** São Paulo

**DATA DA ABERTURA DA SESSÃO:** **Data e horário informados no AVISO DE LICITAÇÃO**

### ENDEREÇOS ELETRÔNICOS:

**Retirada do Edital:** [www.ribeiraopreto.sp.gov.br](http://www.ribeiraopreto.sp.gov.br) > Portal da Transparência > Licitações > PMRP

**E-mail para esclarecimentos e impugnações:** [atendimentolicitacao@administracao.pmrp.com.br](mailto:atendimentolicitacao@administracao.pmrp.com.br)



## **Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto**

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

### **1. OBJETO**

1.1. Constitui-se objeto da presente licitação a contratação de Agência de Publicidade para prestação de serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas com o fim específico de divulgar as ações da Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto/SP, conforme descrito em edital e anexos.

1.1.1. Será contratada 1 (uma) agência de propaganda para a prestação dos serviços.

1.1.2. Compreendem os serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de difundir ideias ou informar o público em geral.

1.1.3. Integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os seguintes serviços especializados pertinentes:

1.1.2.1. À produção e à execução técnica das peças e projetos criados;

1.1.2.2. À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

1.1.2.3. Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;

1.2. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 1.1.2.3., terão a finalidade de:

a) Gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Governo Municipal de Ribeirão Preto, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

b) Aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

c) Possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.3. Não se confundem com o objeto desta licitação, estando, portanto, fora da contratação, as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.3.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem 1.3. o patrocínio de mídia, ou seja, os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação, e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento, comercializados por veículo de comunicação.

1.4. O objeto da presente licitação deverá ser fornecido/executado na forma e condições estabelecidas neste edital e seus Anexos.

1.5. A Agência atuará de acordo com solicitação da Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto.

1.6. A Agência atuará por conta e ordem da Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução das atividades complementares a que se refere o subitem 1.1., e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão das mensagens publicitárias.

### **2. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO**

2.1. Poderão participar da licitação empresas brasileiras ou empresas estrangeiras em funcionamento no Brasil pertencentes ao ramo do objeto licitado, que tenham atividades disciplinadas pela Lei nº 4.680/65 e obtido o



## Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

**certificado de qualificação técnica de funcionamento**, nos termos do artigo 4º da Lei nº 12.232/10, e que atenderem a todas as exigências deste Edital e de seus anexos.

2.2. Não será admitida nesta licitação a participação de empresas:

- a) Suspensas ou impedidas de licitar e contratar com o Município de Ribeirão Preto e as declaradas inidôneas para licitar e contratar com quaisquer órgãos ou entidades da Administração Pública Direta ou Indireta Federal, Estadual ou Municipal;
- b) Reunidas em consórcio ou que sejam controladoras, coligadas ou subsidiárias entre si;
- c) Empresas que se encontrem em processo de dissolução, fusão, cisão ou incorporação;
- d) Em processo de Falência, concurso de credores ou em dissolução ou liquidação;
- e) Sociedades estrangeiras não autorizadas a funcionar no País;
- f) Empresas integrantes de um mesmo grupo econômico, assim entendidas aquelas que tenham diretores e ou sócios comuns;
- g) Enquadradas nas disposições do artigo 9º da Lei nº 8.666/93 e suas alterações;
- h) Cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com a Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto;
- i) Que atuem sem fins lucrativos;
- j) Empresas cujo objeto social não seja pertinente e compatível com o objeto deste Edital.

2.3. Não serão considerados quaisquer documentos e propostas entregues em local, horário e forma diferentes, bem como encaminhados por Internet.

2.4. Não serão aceitos pela Comissão Municipal de Licitação quaisquer substituições aos documentos exigidos sob o título de "protocolo".

2.5. A impugnação feita tempestivamente pelo licitante não o impedirá de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

**2.6. No caso de participação de Microempresas (ME) ou Empresas de Pequeno Porte (EPP) ou Microempreendedor Individual (MEI), com fundamento nos art. 42 a 45 da Lei Complementar 123/2006, as licitantes deverão comprovar, quando da apresentação dos documentos de habilitação, sua condição como tal.**

### 3. DA ABERTURA DA LICITAÇÃO, REPRESENTAÇÃO E CREDENCIAMENTO

3.1. No dia, horário e local designados no preâmbulo deste Edital, terá início a sessão pública de processamento desta licitação, que será conduzida pela Comissão Municipal de Licitações e realizada em conformidade com a legislação pertinente, devendo os licitantes entregarem, primeiramente, os **Envelopes nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4**.

3.2. O representante da licitante apresentará à Comissão Municipal de Licitação documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, fora dos envelopes, no ato programado para a entrega dos **Envelopes nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4**.

3.3. Para o credenciamento deverão ser apresentados os seguintes documentos:

- a) As Microempresas e Empresas de Pequeno Porte e aquelas enquadradas no art. 3º da Lei Complementar nº 123/2006 deverão apresentar a Declaração de Enquadramento na Lei Complementar nº 123/2006 (**Anexo V**). Esta declaração deverá ser entregue à Presidente da Comissão Municipal de Licitação, após a abertura da sessão,



## Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

antes e separadamente dos Envelopes nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4 exigidos nesta licitação, pelas empresas que pretendem se beneficiar do regime diferenciado e favorecido previsto na Lei Complementar nº 123/2006 e alteração posterior.

b) Tratando-se de **Representante Legal** (sócio, proprietário, dirigente ou assemelhado), instrumento constitutivo da empresa registrado na Junta Comercial, ou tratando-se de sociedade simples, o ato constitutivo registrado no Cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no qual estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura.

c) Tratando-se de **Procurador**, instrumento público de procuração ou instrumento particular tendo como modelo o **Anexo IV - Procuração**, assinado pelo representante legal, do qual constem poderes específicos para anuir, transigir ou renunciar a direitos em nome da empresa, bem como praticar todos os demais atos pertinentes ao certame. No caso de instrumento particular, o procurador deverá apresentar instrumento constitutivo da empresa na forma da alínea "a".

3.3.1. Os documentos mencionados no subitem 3.3, alíneas "a", "b" e "c" deverão ser apresentados fora dos envelopes que contêm as Propostas Técnica e Propostas de Preços e comporão os autos do processo licitatório.

3.3.2. O representante legal e o procurador deverão identificar-se exibindo documento oficial de identificação que contenha foto, fora dos envelopes.

3.3.3. A licitante que não contar com **representante** presente na sessão ou, ainda que presente, não puder praticar atos em seu nome por conta da apresentação de documentação defeituosa, ficará impedido de anuir, transigir ou renunciar a direitos em nome da empresa.

3.4. É facultado à Comissão Municipal de Licitação ou autoridade superior em qualquer fase da licitação, promover diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo, vedada a inclusão de documentos ou informações que deveriam constar originalmente da proposta.

3.5. Os documentos apresentados sob forma de cópia reprográfica deverão ser autenticados por Cartório ou órgão competente ou publicação em órgão da Imprensa Oficial, ou quando apresentados em cópia simples, que sejam acompanhados/apresentados os originais, conforme preconiza a Lei Federal 13.726/2018.

3.6. Todos os documentos deverão vir em língua portuguesa. No caso de origem estrangeira deverá vir acompanhado de tradução juramentada.

3.7. Será admitida apenas 01 (um) representante para cada licitante, sendo que cada um deles poderá representar apenas uma empresa/ licitante.

## 4. DA CONSTITUIÇÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

4.1. A concorrência será processada e julgada pela Comissão Municipal de Licitação, na forma da Lei 12.232/10, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

4.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 03 (três) membros formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo os membros escolhidos nos termos do art. 10, parágrafos § 1º ao 9º, da Lei 12.232/10.

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

## 5. DA FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS

5.1. **Recebimento dos Envelopes:** No início da sessão pública de processamento desta licitação proceder-se-á o recebimento dos Envelopes nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4 contendo os documentos da Proposta Técnica e Proposta de Preços, observado as recomendações abaixo:

### ENVELOPE Nº 1



## Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

- a) Deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**;
- b) Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no envelope padronizado fornecido, **obrigatoriamente**, pela Secretaria Municipal da Administração;
- b.1) O envelope padronizado deverá ser retirado pela interessada no horário das 08h30min às 16h30min, no Departamento de Materiais e Licitações da Secretaria Municipal da Administração, localizado na Rua Jacira nº 50, Jardim Macedo, Ribeirão Preto/SP, CEP 14.091-130, em até 3 (três) dias úteis antes da sessão de abertura do certame.
- b.2) O envelope padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente.
- c) Deverá estar sem fechamento e sem rubrica, sendo certo que o fechamento será feito pelo serviço de protocolo do Departamento de Materiais e Licitações no momento da sua entrega.
- d) **Não poderá:**
- d.1) Ter nenhuma identificação;
- d.2) Apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- d.3) Estar danificado ou deformado as peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.
- e) Não deverá ter nenhum escrito, anotação, identificação ou qualquer elemento na parte externa do envelope.

### ENVELOPE Nº 2

- a) Deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – **Via Identificada**, que conterà o mesmo teor da via não identificada, com exceção dos exemplos de peças referentes à Ideia Criativa;
- b) O envelope deverá ser opaco, providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura;
- c) **NÃO poderá** ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada (Envelope nº 1)** e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura deste envelope;
- d) Deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

#### **Envelope nº 2 – Proposta Técnica - Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**

**Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto**

**Processo Administrativo nº 092134/2022**

**Concorrência nº 6/2022**

**Objeto:** Contratação de Agência de Publicidade para prestação de serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas com o fim específico de divulgar as ações da Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto/SP, conforme descrito em edital e anexos.

**Razão Social da Proponente:**

**CNPJ/MF:**

### ENVELOPE 3

- a) Deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
- b) O envelope deverá ser opaco, providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura;



## Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

c) **NÃO poderá** ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada (Envelope nº 1)** que possibilite a identificação da autoria deste;

d) Deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

### **Envelope nº 3 – Proposta Técnica – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**

**Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto**

**Processo Administrativo nº 092134/2022**

**Concorrência nº 6/2022**

**Objeto:** Contratação de Agência de Publicidade para prestação de serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas com o fim específico de divulgar as ações da Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto/SP, conforme descrito em edital e anexos.

**Razão Social da Proponente:**

**CNPJ/MF:**

### **ENVELOPE 4**

a) A Proposta de Preços deverá ser entregue acondicionada no **Envelope nº 4**;

b) O envelope deverá ser opaco, providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura;

c) **NÃO poderá** ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (**Envelope nº 1**) e possibilite a identificação da autoria deste;

d) O envelope deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

### **Envelope nº 4 – Proposta de Preços**

**Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto**

**Processo Administrativo nº 092134/2022**

**Concorrência nº 6/2022**

**Objeto:** Contratação de Agência de Publicidade para prestação de serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas com o fim específico de divulgar as ações da Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto/SP, conforme descrito em edital e anexos.

**Razão Social da Proponente:**

**CNPJ/MF:**

## **6. DO CONTEÚDO DOS ENVELOPES**

### **6.1. O Envelope nº 1 – Proposta Técnica – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**

6.1.1. Deverá conter o Plano de Comunicação Publicitário – Via Não Identificada, sem a identificação da licitante, com respectivos anexos, ou seja, os exemplos de peças, impressos em leiautes ou gravados em CD, DVD ou PEN DRIVE, a serem elaborados a partir dos critérios a seguir:

6.1.1.1. **Plano de Comunicação Publicitária:** Será constituído por caderno específico composto dos subquestitos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no **Anexo I - Briefing** e nas orientações deste Edital, observadas especialmente as seguintes previsões:

6.1.1.1.1. **Raciocínio Básico:** Será desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no **Anexo I - Briefing**.



## Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

6.1.1.1.2. **Estratégia de Comunicação Publicitária:** Será desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante apresentará as linhas gerais de sua proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação relacionado a esse desafio expressos no Briefing, compreendendo:

6.1.1.1.2.1. Apresentação e defesa ao partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária dos problemas específicos de comunicação da Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto.

6.1.1.1.2.2. Explicitará e defenderá os principais pontos da estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente: “o que dizer”, “a quem dizer”, “como dizer”, “quando dizer” e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

6.1.1.1.3. **Ideia Criativa:** A licitante apresentará conteúdo criativo para proposta de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

6.1.1.1.3.1. Todas as peças e ou material que compõem a campanha deverão ser listados em uma relação na qual, a critério da licitante, poderão ser inseridos comentários circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que deles se pode esperar.

6.1.1.1.3.2. A relação deverá indicar as peças e ou material que foram corporificados nos termos do subitem 6.1.1.1.3.3.

6.1.1.1.3.3. Da relação de peças e ou material, a licitante deverá escolher e apresentar como exemplos peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, os quais deverão observar as seguintes orientações:

I. Ser apresentados sob a forma de:

- a) Roteiro, leiaute e ou storyboard impressos, para qualquer meio;
- b) Protótipo ou “monstro” para peças destinadas a rádio e internet;
- c) Storyboard animado ou animatic ou storyboard impresso, para TV e cinema.

II. Limitar-se, **sob pena de desclassificação**, a 10 (dez) exemplos, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material, observando as seguintes regras:

- a) Cada redução e ou variação de formato será considerada como uma peça;
- b) Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c) Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablete, assim como painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, adesivagem de fingers) será considerada como uma peça, se o entendimento da mensagem depender da leitura do conjunto sequencial e uma peça sozinha não transmitir a mensagem completa da comunicação;
- d) Um hotsite e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;
- e) Um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- f) Um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças.

6.1.1.1.3.4. Só serão aceitos exemplos de peças e ou material não finalizados.

6.1.1.1.3.5. Para a produção dos exemplos de peças ou material não serão aceitas capturas de vídeo.

6.1.1.1.3.6. Na elaboração do animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução.



## Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

6.1.1.1.3.7. Cada exemplo de peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: “cartaz”, “filme TV”, “spot rádio”, “anúncio revista”, “monstro internet”) destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e ou material a que se refere o subitem.

6.1.1.1.3.8. Os storyboards animados, animatics, protótipos e monstros poderão ser apresentados em DVD, CD ou PEN-DRIVE, executáveis no sistema operacional Windows, nos formatos universais, a exemplo de:

- a) Storyboards animados e animatics, para TV e cinema: avi, mov. wmv, mpeg, vob;
- b) Protótipos e monstros, para rádio: mp3, wma;
- c) Protótipos e monstros, para internet: pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

6.1.1.1.3.9. Os exemplos de peças e ou material devem ser apresentados separadamente do caderno, ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do **Envelope nº 1**. As peças que não se ajustem às dimensões do **Envelope nº 1** poderão ser dobradas.

6.1.1.1.3.10. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido desde que não prejudique sua leitura - sem limitação de cores, sem suporte e ou *passé-partout*, em qualquer tipo de papel A4 ou A3 até 90 gramas.

6.1.1.1.4. **Estratégia de Mídia e Não Mídia:** Deverá ser desenvolvido por meio de textos, tabelas, gráficos e ou planilhas nos quais deverá ser apresentada:

a) Justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante em função da verba referencial indica no **Anexo I – Briefing**;

b) Simulação do plano de distribuição com todas as peças e ou material constantes da relação prevista no subitem 6.1.1.1.3.1.

6.1.1.1.4.1. Da simulação do plano de distribuição deverá contar um resumo geral com informações mínimas sobre:

- a) Período de distribuição das peças e ou material;
- b) Quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) Valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) Valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- e) Quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
- f) Valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia, entre outras que entender pertinente.

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

6.1.1.1.4.3. A simulação do plano de distribuição deverá observar ainda as seguintes condições:

- a) Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação;
- b) Deve ser desconsiderado o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da lei 4.680/65;



## Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

c) Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores e veículos.

d) Para veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços públicas, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação (tais como mídia programática, *trading desks* e redes sociais) a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia, assim como para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos, definindo em sua proposta quais métricas serão utilizadas para atingi-los (ex: cpm, true views, taxa de impressão, geração de leads, custo por alcance, cpc, cpe, custo por visualização de vídeo, custo por curtida, entre outros).

6.1.1.1.4.4. Para fins desta licitação, a publicidade em plataformas digitais, a exemplo da programação de publicidade nas redes sociais Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e Youtube, está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação.

### **6.2. Envelope nº 2 – Proposta Técnica – Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**

6.2.1. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, deverá conter cópia fidedigna do plano de comunicação de publicidade, sem os exemplos de peças referentes à Ideia Criativa. Os documentos deverão ser datados e assinados na última página e rubricados nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

### **6.3. Envelope nº 3 – Proposta Técnica – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**

6.3.1. Os documentos e informações deste envelope **NÃO poderão** ter 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 **Envelope nº 2**.

#### **6.3.2. Capacidade de Atendimento**

6.3.2.1. A Capacidade de Atendimento da licitante deverá ser constituída por caderno específico composto por textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e/ou outros recursos por meios dos quais a licitante discriminará:

a) A relação nominal dos seus principais clientes na data da apresentação das Propostas, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

b) A quantificação e a qualificação dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

b.1) A qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais;

b.2) Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia da Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto.

c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato.

d) A sistemática de atendimento e os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

e) As informações de marketing e comunicação, as pesquisas de audiência e a auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

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



## **Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto**

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

### **6.3.3. Repertório**

6.3.3.1. O Repertório será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante, agrupados em caderno específico.

6.3.3.1.1. No caderno específico do Repertório deverão ser apresentadas 10 (dez) peças e ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado o seguinte:

- a) As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2017;
- b) As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou PEN-DRIVE, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos);
- c) As peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas). Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive serem apresentadas dobradas ou não.
- d) As peças e ou material não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto seja ou tenha sido signatário;
- e) Para cada peça e ou material previstos neste item, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, além do título, data de produção, período de veiculação, e exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de, pelo menos, um veículo que divulgou cada peça.

6.3.3.2. A apresentação de peças e ou material em número inferior ao exigido no subitem 6.3.3.1.1 implica, para este quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.

6.3.3.3. A proporcionalidade a que se refere o subitem 6.3.3.2 será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 8.1.3.

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

### **6.3.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**

6.3.4.1. A licitante deverá apresentar, em caderno específico, 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 02 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

6.3.4.1.1. As propostas de que trata o subitem 6.3.4.1 devem ter recebido a autorização para sua produção ou terem sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2017.

6.3.4.1.2. A apresentação de apenas 1 (um) relato no caderno específico implica, para este quesito, pontuação máxima equivalente à metade de pontuação máxima prevista no subitem 8.1.3, quesito Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

6.3.4.1.3. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto seja ou tenha sido signatário.

6.3.4.1.4. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante (seja no papel timbrado da licitante ou do cliente apresentado) mediante a rubrica do autor do referendo em todas as suas páginas.

6.3.4.1.5 Na última página do relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário acompanhada do seu nome e cargo ou função, sem necessidade de reconhecimento de firma.



## Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

6.3.4.2 Para cada relato, é permitida a inclusão de até 03 (três) peças e ou material não computados no limite de páginas a que se refere o subitem 6.3.4.1 independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

a) As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou PEN-DRIVE, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos);

b) As peças gráficas poderão integrar o caderno específico mencionado no subitem 6.3.4.1, ou serem apresentadas separadamente (soltas), preservadas, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais: Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não;

c) Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com os dados técnicos de produção e/ou veiculação.

### 6.4. Envelope nº 4 – Proposta de Preços

6.4.1. A Proposta de Preços deverá ser elaborada conforme modelo constante do **Anexo II – Modelo de Proposta de Preços**, informando o percentual de honorários incidentes sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes:

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

b) Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas;

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

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

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

**I.** Não será aceito percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) sobre serviços externos de produção; sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento; sobre formas inovadoras de comunicação publicitária.

**II.** Não será aceito remuneração superior a 20% (vinte por cento) sobre o valor da mídia digital adquirida com a intermediação da agência, nos casos em que os veículos não remunerem a agência pelo Desconto Padrão de Agência.

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

**IV.** Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será validado o percentual por extenso;

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



## Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

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

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

6.4.3. Serão analisadas apenas as Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas.

6.4.4. A classificação das Propostas de Preços observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, sendo considerada como a de menor preço aquela que receber maior pontuação, referente ao percentual de honorários mencionados no subitem 6.4.1 e pelo desconto concedido sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo.

6.4.5. O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de, no mínimo, **60 (sessenta) dias**, a contar da data da abertura da sessão pública de entrega dos envelopes das Propostas Técnicas e Propostas de Preços, indicada na epígrafe deste Edital.

6.4.6. Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 6.4.5 ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos envelopes com as Propostas de Preços, a Comissão Municipal Licitação realizará com ela diligência nos termos do §3º do art. 43 da Lei nº 8.666/1993, como forma de prorrogar o referido prazo.

6.4.6.1. A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos envelopes com as Propostas de Preços ou antes do encerramento do certame será desclassificada.

### **6.5. Envelope nº 5 – Documentos de Habilitação:**

**6.5.1.** As licitantes cujas Propostas Técnicas e Propostas de Preços tenham sido classificadas deverão entregar os Documentos de Habilitação no dia, hora e local estipulados pela Comissão.

**6.5.2.** Os documentos de Habilitação deverão estar acondicionados no **Envelope nº 5**, que deverá ser apresentado fechado, rubricado no fecho e deverá conter os seguintes dizeres em sua face externa:

#### **Envelope nº 5 – Documentos de Habilitação**

**Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto**

**Processo Administrativo nº 092134/2022**

**Concorrência nº 6/2022**

**Objeto:** Contratação de Agência de Publicidade para prestação de serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas com o fim específico de divulgar as ações da Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto/SP, conforme descrito em edital e anexos.

**Razão Social da Proponente:**

**CNPJ/MF:**

6.5.3. No envelope nº 5 “Documentos de Habilitação”, indevassável, fechado ou lacrado, deverão ser apresentados os seguintes documentos em original, por qualquer processo de cópia autenticada por qualquer Cartório ou órgão competente ou, por publicação em órgão de imprensa oficial ou em cópia simples acompanhada dos originais, conforme orientado na Lei Federal 13.726/2018, ou ainda, extraídos via internet, sujeitos à consulta.

6.5.3.1. Os documentos apresentados em cópia simples poderão ser autenticados durante as sessões de licitação, desde que obedeça ao descrito no subitem anterior.

6.5.4. Documentos apresentados com a validade expirada acarretarão a inabilitação do proponente. Nas certidões solicitadas será considerado o prazo de validade constante no documento ou o previsto em lei, e na sua ausência, quando emitidas no máximo até 90 (noventa) dias anteriores a data limite para o recebimento das propostas.

6.5.5. Se o licitante for a matriz, todos os documentos deverão estar em nome da matriz, e se for a filial, todos os



## Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

documentos deverão estar em nome da filial, exceto aqueles documentos que, pela própria natureza, comprovadamente, forem emitidos somente em nome da matriz.

6.5.6. Considera-se Positiva com efeitos de Negativa a Certidão de que conste a existência de créditos não vencidos, em curso de cobrança executiva em que tenha sido efetivada a penhora, ou cuja exigibilidade esteja suspensa por moratória, ou depósito do seu montante integral, ou reclamações e recursos, nos termos das leis reguladoras do processo tributário administrativo, ou concessão de medida liminar em mandado de segurança, ou concessão de medida liminar ou de tutela antecipada, em outras espécies de ação judicial, ou parcelamento.

6.5.7. A apresentação da cópia reprográfica autenticada do **Certificado de Registro Cadastral – CRC**, emitido pela Secretaria da Administração da Prefeitura do Município de Ribeirão Preto, ou de qualquer outro Órgão Público, inclusive o SICAF, demonstrando o Registro Cadastral da empresa e dentro do seu prazo de validade, substitui os documentos enumerados nos **subitens 6.5.8.1., 6.5.8.2., 6.5.8.2.1., 6.5.8.3., 6.5.8.4., 6.5.9.1. e 6.5.9.2.**

### 6.5.8. HABILITAÇÃO JURÍDICA

6.5.8.1. Para **Empresa Individual**: Registro comercial;

6.5.8.2. Para **Sociedade Comercial (Sociedade empresária em geral)**: Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor e alterações subsequentes, devidamente registrados;

6.5.8.2.1. No caso de **Sociedade por Ações (Sociedade empresária do tipo S/A)**: O ato constitutivo e alterações subsequentes, devendo vir acompanhados de documentos de eleição de seus administradores em exercício;

6.5.8.3. Para **Sociedade Civil (sociedade simples e sociedade cooperativa)**: Inscrição do ato constitutivo e alterações no registro civil das pessoas jurídicas, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

6.5.8.4. Decreto de autorização, em se tratando de **empresa ou sociedade estrangeira** em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

### 6.5.9. REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA

6.5.9.1. Prova de inscrição no **Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ)** do Ministério da Fazenda ou Comprovante de Inscrição e de Situação Cadastral, relativa ao domicílio ou sede do licitante.

6.5.9.2. Prova de inscrição no cadastro de **contribuintes Estadual ou Municipal** relativa ao domicílio ou sede do licitante.

6.5.9.3 Prova de regularidade para com a **Fazenda Federal** que deverá ser comprovada através da apresentação de Certidão expedida pela Secretaria da Receita Federal, referente ao ramo de atividade do objeto licitado, relativa ao domicílio ou sede do licitante, não havendo necessidade de apresentação de Certidão emitida pela Procuradoria da Fazenda Nacional.

6.5.9.4. Prova de regularidade para com a **Fazenda Municipal** referente ao ramo de atividade do objeto licitado, relativa ao domicílio (filial) ou sede (matriz) do licitante, que deverá ser comprovada através da apresentação da Certidão dos Tributos Mobiliários (ISSQN).

6.5.9.5. Prova de regularidade relativa ao **Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS** através do Certificado de Regularidade do FGTS - CRF, emitido pela Caixa Econômica Federal.

6.5.9.6. Prova de regularidade perante a Justiça do Trabalho, que deverá ser comprovada através da apresentação da **Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT)**, conforme Lei nº 12.440, de 07 de julho de 2011.

6.5.9.7. Certidões emitidas via Internet serão aceitas, sendo que suas autenticidades poderão ser comprovadas pela Comissão Municipal de Licitação.



## Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

6.5.9.8. A licitante devidamente enquadrada como Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte, em conformidade com a Lei Complementar nº 123/2006, deverá apresentar os documentos relativos à regularidade fiscal e trabalhista, mesmo que apresentem alguma restrição.

6.5.9.8.1. Será concedido à licitante vencedora, enquadrada no *caput* deste item, o prazo de 05 (cinco) dias úteis, prorrogável por igual período a critério da administração pública, para pagamento ou parcelamento do débito e para emissão de eventuais certidões negativas ou certidões positivas com efeito de certidão negativa.

6.5.9.9. A não regularização da documentação no prazo previsto no item anterior implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no artigo 81 da Lei nº 8.666/93, sendo facultado à Administração convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, ou revogar a licitação.

### 6.5.10. QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO - FINANCEIRA

*De forma a demonstrar a prova de Qualificação Econômico-Financeira, os licitantes deverão apresentar:*

6.5.10.1. **Certidão negativa de falência ou recuperação judicial ou extrajudicial** expedida pelo distribuidor(es) do domicílio (filial) ou sede (matriz) do licitante, com data não superior a 90 (noventa) dias da data limite para recebimento das propostas, se outro prazo não constar do documento.

6.5.10.1.1. No caso de empresa em recuperação judicial ou extrajudicial será aceita certidão positiva, desde que acompanhada do Plano de Recuperação, devidamente homologado pelo juízo, em vigência, e que demonstre a capacidade de atendimento das exigências para a comprovação econômico-financeira previstas no edital.

6.5.10.2. No caso de sociedade civil, a proponente deverá apresentar certidão dos processos cíveis em andamento, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, em data não superior a 90 (noventa) dias da data da abertura do certame, se outro prazo não constar do documento.

6.5.10.3. Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício financeiro, já exigíveis e apresentados na forma da lei, registrado na Junta Comercial ou Órgão equivalente, acompanhado da comprovação da boa situação financeira da empresa, cujos resultados deverão ser **maiores ou igual 01 (um) inteiro**, resultantes da aplicação das seguintes fórmulas:

$$\text{Liquidez Geral} = \frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$

$$\text{Solvência Geral} = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$

$$\text{Liquidez Corrente} = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$$

6.5.10.3.1. Os índices acima referidos devem ser apresentados com destaque em folha separada e assinada pelo representante legal da empresa licitante.

6.5.10.3.2. As empresas que apresentarem resultado inferior a 1 (um) em qualquer um dos índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC) do subitem 6.5.10.3., deverão comprovar, considerados os riscos para a Administração, o capital mínimo ou o patrimônio líquido mínimo igual ou superior a 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação ou do lote pertinente, para o período de 12 (doze) meses.

### 6.5.11. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA



## Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

6.5.11.1. Certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei nº 12.232/2010, artigo 4º e seu parágrafo primeiro, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

### 6.5.12. OUTRAS COMPROVAÇÕES

6.5.12.1. A licitante que participa de GRUPO ECONÔMICO deverá informar a RAZÃO SOCIAL e CNPJ das empresas integrantes do referido GRUPO (item não sujeito à inabilitação).

6.5.12.2. Declarações que atendam os seguintes pontos, conforme modelo constante neste Edital (**Anexo VI**):

- a) Cumprimento do Disposto no Inciso XXXIII do artigo 7º da Constituição Federal;
- b) Que até a presente data, inexistem fato(s) impeditivo(s) para a sua habilitação, estando ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores;
- c) Que atende plenamente os requisitos de habilitação constantes neste Edital;
- d) Que recebeu os documentos e tomou conhecimento de todas as informações e das condições para cumprimento das obrigações objeto desta licitação.

6.5.12.3. Juntar a Declaração de Ciência e Elaboração Independente de Proposta (**Anexo VII**).

## 7. DA ABERTURA DOS ENVELOPES

7.1. Os **Envelopes nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4** serão recebidos na data e horário estipulados no preâmbulo do Edital e em seguida, em ato público, serão rubricados pela Comissão Municipal de Licitação e pelas licitantes presentes e após remetido para exame da Subcomissão Técnica.

7.1.1. Não havendo expediente ou ocorrendo qualquer fato superveniente que impeça a realização do certame na data marcada, a sessão será automaticamente transferida para o primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário e local anteriormente estabelecido, desde que não haja comunicação da Comissão Municipal de Licitação em contrário.

7.1.2. Os integrantes da Subcomissão Técnica **NÃO** poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos envelopes com as Propostas Técnicas e Propostas de Preços.

### 7.2. PRIMEIRA SESSÃO

7.2.1. Abertura da sessão pública de licitação será realizada no dia, hora e local previsto no preâmbulo deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

7.2.1.1. Identificação dos representantes das licitantes, por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 3.3.;

7.2.1.2. Entrega dos **Envelopes nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4**;

7.2.1.2.1. O não recebimento do **Envelope nº 1**, também impedirá de receber os demais envelopes da mesma licitante.

7.2.1.3. Rubricar, no fecho, os Envelopes nº 2 e 4 que permanecerão fechados sob a guarda da CML, e separá-los dos Envelopes nº 1 e nº 3.

7.2.1.4. Retirar e rubricar o conteúdo dos Envelopes nº 1 e nº 3.

7.2.2. Após o encerramento do prazo para recebimento dos envelopes, o qual será declarado pela Comissão Municipal de Licitação na sessão pública, nenhum outro envelope, documento ou embalagem será recebido.



## Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

7.2.3. A Comissão Municipal de Licitação, antes da abertura do **Envelope nº 1**, adotará medida para evitar que seus membros e/ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

7.2.4. Abertos os **Envelopes nº 1 e nº 3**, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão Municipal de Licitação.

7.2.5. A análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos **Envelopes nº 1 e nº 3** observarão os seguintes procedimentos:

a) Suspensão da sessão para análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária e das vias de Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

b) Encaminhamento pela Comissão Municipal de Licitação à Subcomissão Técnica, dos **Envelopes nº 1**;

c) Elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Municipal de Licitação, do relatório de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária apócrifos, com a pontuação e justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso.

d) Encaminhamento, pela Comissão Municipal de Licitação à Subcomissão Técnica, dos **Envelopes nº 3**;

e) Elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Municipal de Licitação do relatório de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, com as pontuações e justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso.

7.2.6. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com fundamento no subitem 8.1.4., a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

7.2.7. O disposto no subitem 7.2.6. não se aplica aos casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura do **Envelope nº 2**.

7.2.8. As planilhas individuais conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária apresentado pelas licitantes e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante. Além disso, também deverá ser apresentada uma planilha final com a soma e a média final das pontuações de cada membro da Subcomissão Técnica de julgamento.

### 7.3 SEGUNDA SESSÃO

7.3.1. Após receber os relatórios de julgamento das Propostas Técnicas (**Envelopes nº 1 e nº 3**), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Municipal de Licitação designará nova data e horário para realização da segunda sessão pública que terá a seguinte pauta:

a) Identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante na sessão anterior, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 3.3.;

b) Abertura do receptáculo contendo os **Envelopes nº 2 e nº 4**;

c) O **Envelope nº 4** permanecerá indevassável nessa Sessão, sendo que a sua abertura e rubrica dar-se-á somente na Terceira Sessão, conforme descrito no subitem 7.4 do edital.

d) Abertura e rubrica **somente** do conteúdo do **Envelope nº 2**, cotejo das vias não identificadas (**Envelope nº 1**) com as vias identificadas (**Envelope nº 2**) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;



## Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

e) Elaboração da planilha geral com o somatório das pontuações atribuídas ao plano de comunicação publicitária e separadamente, aos demais quesitos de cada Proposta Técnica;

e.1) Executar o sorteio previsto no subitem 8.3.3., quando for o caso.

7.3.2. Será proclamado resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando em Ata as propostas em ordem de classificação, assim como as licitantes que foram desclassificadas.

7.3.3. Do resultado do julgamento e classificação ou desclassificação, caberá recurso.

7.3.3.1. Havendo desistência expressa de todos os concorrentes, do direito de interpor recurso, o que constará em Ata, a Comissão Municipal de Licitação dará prosseguimento ao certame.

### 7.4. TERCEIRA SESSÃO

7.4.1. Decididos os recursos, ou, ainda, transcorrido o prazo para sua interposição, a Comissão Municipal de Licitação designará nova data e horário para a sessão de abertura das **Propostas de Preços – Envelope nº 4** das Licitantes classificadas. A sessão pública terá a seguinte pauta:

a) Identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante nas sessões anteriores, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 3.2.;

b) Abertura dos **Envelopes nº 4**, exame e rubrica de seus conteúdos pela Comissão Municipal de Licitação e representantes;

c) Julgamento das Propostas de Preços com a identificação das Propostas de menores preços, nos termos da exigência fixada no Edital, registrando em Ata as propostas em ordem de classificação;

d) Julgamento final das propostas, de acordo com a somatória das notas prevista no subitem 8.3 do edital, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993.

### 7.5. QUARTA SESSÃO:

7.5.1. Decididos os recursos, ou, ainda, transcorrido o prazo para sua interposição, a Comissão Municipal de Licitação designará nova data e horário para a sessão de recebimento e abertura dos **Documentos de Habilitação – Envelope nº 5** das Licitantes classificadas. A sessão pública terá a seguinte pauta:

a) Identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante nas sessões anteriores, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 3.2.;

b) Recebimento e abertura dos **Envelopes nº 5**, das licitantes classificadas e decisão sobre a habilitação, conforme previsto nos artigos 27 e seguinte da Lei 8.666/93 e exigências fixadas no Edital;

c) Caso a Comissão Municipal de Licitação julgue necessário fazer o exame internamente, encerra-se a sessão;

d) Do resultado do julgamento de habilitação e inabilitação, caberá recurso.

e) Reconhecida a habilitação dos licitantes, será homologado o procedimento e adjudicado o objeto licitado, observado o disposto no § 3º do art. 2º da Lei 12.232/2010.

## 8. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

### 8.1. Julgamento da Proposta Técnica

8.1.1. A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.



## **Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto**

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

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

### **8.1.2.1. Plano de Comunicação Publicitária**

#### **8.1.2.1.1. Raciocínio Básico (máximo de 10 pontos), a acuidade de compreensão:**

- a) Das funções e do papel da Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto nos contextos social, político e econômico (máximo de 2 pontos);
- b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto com seus públicos (máximo de 2 pontos);
- c) Das características da Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária (máximo de 1 ponto);
- d) Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação (máximo de 1 ponto);
- e) Do desafio de comunicação expresso no Briefing (máximo de 2 pontos);
- f) Das necessidades de comunicação da Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto para solucionar esse desafio (máximo de 2 pontos).

#### **8.1.2.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária (máximo de 20 pontos):**

- a) A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto e a seu desafio de comunicação (máximo de 4 pontos);
- b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos (máximo de 3 pontos);
- c) A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto com seus públicos (máximo de 3 pontos);
- d) A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação expresso no Briefing (máximo de 3 pontos);
- e) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta (máximo de 3 pontos);
- f) A capacidade de articular os conhecimentos sobre a Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto, o mercado no qual se insere, seu desafio de comunicação, seus públicos, os objetivos de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível (máximo de 4 pontos).

#### **8.1.2.1.3. Ideia Criativa (máximo de 20 pontos):**

- a) Sua adequação ao desafio de comunicação expresso no Briefing (máximo de 2 pontos);
- b) Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante (máximo de 2 pontos);
- c) Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo (máximo de 2 pontos);
- d) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta (máximo de 2 pontos);
- e) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem (máximo de 2 pontos);
- f) Simplicidade da forma sob a qual se apresenta (máximo de 2 pontos);



## **Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto**

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

g) Sua pertinência às atividades da Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto e à sua inserção nos contextos social, político e econômico (máximo de 2 pontos);

h) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou material apresentados (máximo de 2 pontos);

i) A exequibilidade das peças e/ou do material (máximo de 2 pontos);

j) A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos (máximo de 2 pontos).

### **8.1.2.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo de 15 pontos):**

a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários (máximo de 3 pontos);

b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos (máximo de 2 pontos);

c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores (máximo de 3 pontos);

d) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto (máximo de 2 pontos);

e) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e /ou do material (máximo de 3 pontos);

f) A otimização da mídia segmentada, alternativa, de massa e digital (máximo de 2 pontos).

### **8.1.2.2. Capacidade de Atendimento (máximo de 15 pontos):**

a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado (máximo de 2 pontos);

b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias correlatas ao objeto licitado (máximo de 3 pontos);

c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto (máximo de 3 pontos);

d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição na execução do Contrato (máximo de 2 pontos);

e) A operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto e a licitante, esquematizado na proposta (máximo de 2 pontos);

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 da Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto, sem ônus adicional, durante a vigência do Contrato (máximo de 3 pontos).

### **8.1.2.3. Repertório (máximo de 10 pontos):**

a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (máximo de 4 pontos);

b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material (máximo de 3 pontos);

c) A clareza da exposição das informações prestadas (máximo de 3 pontos).



## Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

### 8.1.2.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (máximo de 10 pontos):

- a) A evidência de planejamento publicitário (máximo de 3 pontos);
- b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (máximo de 2 pontos);
- c) A relevância dos resultados apresentados (máximo de 3 pontos);
- d) A concatenação lógica da exposição (máximo de 2 pontos).

8.1.3. A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir:

Quesitos/Subquesitos		Pontos
Plano de Comunicação Publicitária		65
Raciocínio Básico	10	
Estratégia de Comunicação Publicitária	20	
Ideia Criativa	20	
Estratégia de Mídia e Não Mídia	15	
Capacidade de Atendimento		15
Repertório		10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		10
<b>Pontuação Máxima Total</b>		<b>100</b>

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

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

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

8.1.3.4. A pontuação de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

8.1.3.5. Será considerada mais bem classificada, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação.

8.1.4. Será desclassificada a Proposta que:

- a) Não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos de sua proposta técnica;
- c) Tentar influenciar a Comissão Municipal de Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das propostas.

## 8.2. Julgamento da Proposta de Preços



## Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

8.2.1. Deverá ser apresentada apenas com as informações constantes do **Anexo II – Modelo de Proposta de Preços**.

8.2.2. Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do Contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

8.2.3. As propostas das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

8.2.5. A licitante deverá apresentar uma única proposta de preços da qual constarão os seguintes itens:

- a) Honorários sobre serviços externos de produção intermediados pela agência;
- b) Honorários sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento com a intermediação e supervisão da agência;
- c) Honorários sobre formas inovadoras de comunicação publicitária com a intermediação e supervisão da agência;
- d) Remuneração sobre o valor da mídia digital contratada por intermédio da agência, quando o veículo não remunerar esta com o desconto de agência;
- e) Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de Custo Internos do Sindicato das Agência de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO – SP, a ser concedido pela agência à Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto.

8.2.6. A proposta também deve consignar, sem estar sujeita à pontuação, os percentuais máximos a serem pagos pela Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto:

8.2.6.1. Atores e modelos, sobre o cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado.

8.2.6.2. Aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas a peças, sobre o valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por direito igual ao inicialmente pactuado.

8.2.7. A proposta de política de preços deverá levar em consideração que a Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto efetuará o pagamento no prazo de 30 (trinta) dias após a comprovação da prestação de serviços, nas condições exigidas, bem como, após a apresentação dos respectivos documentos fiscais, devidamente aprovados pelo órgão Requisitante.

8.2.8. Os preços ofertados pela licitante devem incluir todos os custos diretos e indiretos relativos aos objetos deste instrumento convocatório, inclusive materiais de uso e consumo para consecução dos serviços, assessoria de marketing, planejamento, criação, mão-de-obra, bem como todos os encargos tributários sociais, trabalhistas, previdenciários, securitários ou quaisquer outros custos decorrentes ou que venham a ser devidos em razão do objeto deste edital, não cabendo ao órgão contratante custos adicionais.

8.2.8.1. A Classificação se dará da seguinte forma:

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

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
20	Até 10%



## Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

18	11%
15	12%
12	13%
10	14%
05	15%

b) Percentual de honorários sobre o planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas, com a intermediação e supervisão da agência:

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

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

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

d) Percentual de remuneração sobre a contratação de mídia digital com a intermediação da agência, quando o veículo não remunerar a agência pelo desconto de agência:

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

e) Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, fixados nos limites estabelecidos no subitem 6.4:



## Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

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

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

$$\text{NFPP} = \text{D1} + \text{D2} + \text{D3} + \text{D4} + \text{D5}$$

Sendo:

**NFPP** = Nota final da Proposta de Preços.

**D1** = Pontuação aplicada ao percentual sobre honorários de produção externa.

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

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

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

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

### 8.3. DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

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

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

Sendo:

**PF** = Pontuação final.

**NFPT** = Pontuação relativa à proposta técnica.

**NFPP** = Pontuação relativa à proposta de preços.

8.3.2. No caso de empate entre duas ou mais propostas, far-se-á a classificação pelo licitante que apresentar a maior nota aos quesitos da proposta técnica, na seguinte ordem:

- Estratégia de Comunicação Publicitária;
- Ideia Criativa;
- Raciocínio Básico;
- Estratégia de Mídia e Não Mídia.

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

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

8.3.5. Nas licitações será assegurada, como critério de desempate, preferência de contratação para as microempresas e empresas de pequeno porte, considerando a Lei complementar nº 123/2007.

8.3.5.1. Entende-se por empate aquelas situações em que as propostas (pontuação final) apresentadas pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte sejam iguais ou até 10% (dez por cento) superiores à proposta (pontuação final) mais bem classificada, considerando o contido no art.45, incisos e parágrafos da Lei



## Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

complementar nº 123/2007.

*“art 45. Para efeito do disposto no art.44 desta Lei Complementar, ocorrendo o empate, proceder-se-á da seguinte forma:*

*I – a microempresa ou empresa de pequeno porte mais bem classificada poderá apresentar proposta de preço inferior àquela considerada vencedora do certame, situação em que será adjudicado em seu favor o objeto licitado;*

*II – não ocorrendo a contratação da microempresa ou empresa de pequeno porte, na forma do inciso I do caput deste artigo, serão convocadas as remanescentes que porventura se enquadrem na hipótese dos §§ 1º e 2º do art. 44 desta Lei Complementar, na ordem classificatória, para o exercício do mesmo direito;*

*III – no caso de equivalência dos valores apresentados pelas microempresas e empresas de pequeno porte que se encontrem nos intervalos estabelecidos nos §§ 1º e 2º do art. 44 desta Lei Complementar, será realizado sorteio entre elas para que se identifique aquela que primeiro poderá apresentar melhor oferta.*

*§ 1º Na hipótese da não-contratação nos termos previstos no caput deste artigo, o objeto licitado será adjudicado em favor da proposta originalmente vencedora do certame.*

*§ 2º O disposto neste artigo somente se aplicará quando a melhor oferta inicial não tiver sido apresentada por microempresa ou empresa de pequeno porte.*

8.3.5.2 No caso de equivalência dos valores apresentados pelas microempresas e empresas de pequeno porte que se encontrem no intervalo de até 10% (dez por cento) superior à proposta (pontuação final) mais bem classificada, será realizado sorteio entre elas para definição daquela que primeiro poderá apresentar melhor oferta;

## 9. DA HABILITAÇÃO

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

9.1.1. A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame.

9.1.2. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a Documentação na forma prevista no subitem 6.5.

9.2. A Comissão Municipal de Licitação analisará os Documentos de Habilitação e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos.

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

9.3. Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, os autos serão remetidos à autoridade competente para fins de deliberação quanto à homologação e adjudicação.

## 10. PRAZO, CONDIÇÕES CONTRATUAIS E GARANTIAS CONTRATUAIS

### 10.1. PRAZO

10.1.1. O Prazo para a execução do objeto desta licitação e a vigência do contrato será de **12 (doze) meses**, a contar da data de emissão da Ordem de Serviços, sendo emitida somente após a publicação do extrato do termo de contrato, podendo ser prorrogado, desde que plenamente justificado, atendendo ao interesse e conveniência públicos.



## Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

10.1.2. Adjudicado o objeto da licitação à PROPONENTE vencedora terá o prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis contados da convocação, para assinar o contrato.

10.1.3. O contrato decorrente desta licitação será formalizado por termo.

### 10.2. CONDIÇÕES CONTRATUAIS

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

10.2.2. A licitante deverá apresentar os documentos dos subitens abaixo, na Divisão de Gestão de Contratos do Departamento de Administração Geral, localizado na Rua Jacira nº 50, Jardim Macedo, Ribeirão Preto/SP, CEP: 14091-130, no prazo de 05 dias úteis, contados da convocação, como condição para assinatura do contrato:

10.2.2.1. No caso de empresa em situação de recuperação judicial ou extrajudicial: apresentação de cópia do ato de nomeação do administrador judicial da adjudicatária, ou se o administrador for pessoa jurídica, o nome do profissional responsável pela condução do processo e, ainda, declaração recente, último relatório ou documento equivalente do juízo ou do administrador, de que o plano de recuperação está sendo cumprido;

10.2.2.2. No caso de empresa participante de GRUPO ECONÔMICO composto por empresas em recuperação judicial ou extrajudicial: apresentação do Plano de Recuperação devidamente homologado pelo juízo.

10.2.3. No ato da assinatura da Ordem de Serviço, a empresa deverá indicar o preposto que representará a empresa na execução dos serviços.

10.2.4. Poderá haver alterações contratuais com acréscimos ou supressões que se fizerem necessárias à execução do objeto, conforme permissão do parágrafo 1º, art. 65, da Lei nº. 8.666/93.

10.2.5. A eventual prorrogação de prazo de vigência do contrato será formalizada mediante Termo Aditivo, respeitadas as condições prescritas na Lei nº 8.666/93.

10.2.6. Na prorrogação, a Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com a contratada, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução do contrato.

10.2.6.1. A Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a contratada, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado, por meio de termo aditivo.

10.2.7. A Agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto desta licitação.

10.2.8. A Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

### 10.3. GARANTIAS CONTRATUAIS

10.3.1. Para o fiel cumprimento das obrigações ora assumidas, a **CONTRATADA** prestará garantia de 1% (um por cento) do valor total do Contrato, no ato da assinatura do mesmo. A validade desta garantia contratual deverá perdurar até o prazo de encerramento do contrato.

10.3.2. A garantia estipulada neste item será prestada mediante caução em dinheiro, títulos da dívida pública, seguro-garantia ou fiança bancária, cabendo à **CONTRATADA** optar por uma dessas modalidades, subordinando-se, porém, à prévia aprovação pela Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto.

10.3.3. A garantia, se prestada por fiança bancária, deverá ter seu valor expresso em REAIS (R\$).



## Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

10.3.4. A garantia, se prestada em dinheiro, quando da sua devolução, será corrigida monetariamente.

10.3.5. Poderá haver substituição entre modalidades de garantia, durante a vigência do Contrato, desde que previamente aprovada pela Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto.

10.3.6. A garantia feita por meio de Títulos da Dívida Pública ou por Seguro-Garantia, deverá ter prazo de validade compatível com o prazo para a sua devolução, mencionado nesta cláusula.

10.3.7. Em caso de aditamento do contrato, que implique na sua alteração temporal ou econômica, a **CONTRATADA** deverá providenciar, em até 05 (cinco) dias úteis da emissão do respectivo aditamento, a complementação do valor e prazo da garantia, de forma a manter a equivalência já estabelecida.

10.3.7.1. Quando se tratar da modalidade seguro-garantia, esta deverá ser complementado, também, quando da eventual incidência de reajuste dos preços do futuro Contrato, com base no mesmo índice de reajuste adotado, devendo o complemento ser apresentado até o 30º (trigésimo) dia do mês em que ocorrer a aplicação do reajuste.

## 11. EQUILÍBRIO ECONÔMICO-FINANCEIRO E CRITÉRIO DE REAJUSTE DO CONTRATO

### 11.1. EQUILÍBRIO ECONÔMICO-FINANCEIRO

11.1.1. As cláusulas econômico-financeiras e monetárias do contrato não poderão ser alteradas sem prévia concordância da contratante.

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

### 11.2. CRITÉRIO DE REAJUSTE

11.2.1. Dentro do prazo de vigência do contrato e a partir do pedido da contratada, o valor do objeto contratado poderá sofrer reajuste após o período completo de 12 (doze) meses, a contar da data da apresentação da proposta.

11.2.1.1. Para fins de aplicação de reajuste contratual, adotar-se-á o **Índice Geral de Preços – Mercado – IGP-M**, adotando-se a seguinte fórmula paramétrica:

$$Pr = P + (P \times V)$$

Onde:

Pr = preço reajustado.

P = preço atual (antes do reajuste).

V = variação percentual do índice, nos termos ora estabelecidos, de modo que (P x V) significa o acréscimo ou decréscimo de preço decorrente do reajuste.

11.2.1.1.1. Caso o índice estabelecido para reajustamento venha a ser extinto ou de qualquer forma não possa mais ser utilizado, será adotado, em substituição, o que vier a ser determinado pela legislação então em vigor.

11.2.1.1.2. Na ausência de previsão legal quanto ao índice substituto, as partes elegerão novo índice oficial, para reajustamento do valor do contrato, por meio de termo aditivo.

11.2.2. O reajuste deverá ser necessariamente requerido ao órgão gestor do contrato, não sendo concedido de ofício, e não retroagirá no tempo se requerido mais de um mês do seu aniversário, devendo nele constar obrigatoriamente a indicação precisa do índice dos 12 (doze) meses referentes ao período aquisitivo pleiteado; memória de cálculo e indicação precisa do valor final pretendido, para posterior análise.

11.2.3. O período aquisitivo refere-se a contagem dos 12 (doze) meses subsequentes, contados a partir do mês de apresentação da proposta. Assim o segundo período aquisitivo começa a contar a partir do 13º mês de apresentação da proposta e finda no 24º mês e assim sucessivamente.



## Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

11.2.4. O cálculo do índice de reajuste terá sempre como referência o período aquisitivo imediatamente anterior, não sendo calculado tendo como base os 12 (doze) últimos meses anteriores ao pedido.

11.2.5. Ainda que tenha completado o prazo de novo período aquisitivo, a empresa somente poderá requerer o reajuste após 12 meses do último requerimento deferido.

### 12. DAS OBRIGAÇÕES

12.1. Da Contratada:

12.1.1. Efetuar a prestação dos serviços conforme especificações deste edital e seus anexos e em consonância com a Proposta de Preços.

12.1.2. Manter, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de HABILITAÇÃO e QUALIFICAÇÕES exigidas na licitação;

12.1.3. Promover a organização técnica e administrativa dos serviços, objeto do Contrato, de modo a conduzi-los eficaz e eficientemente, de acordo com os documentos e especificações que integram o Contrato, no prazo determinado.

12.1.4. Responder, civil e criminalmente, por todos os danos, perdas e prejuízos que por dolo ou culpa no cumprimento do contrato venha direta ou indiretamente provocar ou causar por si ou por seus empregados à Administração ou terceiros.

12.1.5. Paralisar, por determinação da Administração, qualquer serviço que não esteja sendo executado de acordo com a boa técnica ou que ponha em risco a segurança de pessoas ou bens, mesmo de terceiros.

12.1.6. O não cumprimento de quaisquer obrigações pela Contratada não transfere à Administração a responsabilidade do respectivo ônus;

12.1.7. Comunicar à Administração no prazo de até 24 (vinte e quatro) horas qualquer ocorrência anormal que se verifique na execução dos serviços.

12.1.8. Manter, na direção dos serviços, profissionais indicados pela contratada.

12.1.9. Arcar com todos os encargos e obrigações de natureza trabalhista previdenciária, acidentária, tributária, administrativa e civil decorrentes da execução dos serviços objeto desta Licitação.

12.1.10. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do § 1º do art. 2º da Lei 12.232/2010.

12.1.10.1 O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no caput deste artigo exigirá sempre a apresentação pelo contratado ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

12.1.10.2. No caso do art. 2º da Lei 12.232/2010, o contratado procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

12.1.10.3. O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea a do inciso II do art. 23 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, está dispensado do procedimento previsto no § 2º da Lei 12.232/2010.

12.1.11. Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao contratante para pagamento deverão ser 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, a cargo de empresa independente, sempre que possível.



## Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

12.1.11.1. Pertencem ao contratante as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

12.1.12. As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgadas em sítio próprio aberto para o contrato na rede mundial de computadores, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

12.1.12.1. As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

12.1.13. As agências contratadas deverão, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.

12.2. Da Contratante:

12.2.1. Prestar à Contratada todos os esclarecimentos necessários à execução dos serviços.

### 13. DA FISCALIZAÇÃO

13.1. Não obstante o fato de a Contratada ser a única e exclusiva responsável pela execução dos serviços objeto desta contratação, a Administração Contratante, através de sua própria equipe ou de prepostos formalmente designados, sem restringir a plenitude dessa responsabilidade, exercerá a mais ampla e completa fiscalização dos serviços em execução.

13.2. A PM nomeará Gestor(es) e fiscal(is) para realizar a fiscalização do Contrato resultante desta Concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção.

### 14. DO RECEBIMENTO DO OBJETO:

14.1. O objeto desta licitação será recebido pela unidade requisitante, consoante o disposto no artigo 73 e 74, da Lei federal nº 8.666/93 e demais normas pertinentes.

14.2. Constatadas irregularidades na execução do objeto, a Administração poderá:

a) Refutá-lo no todo ou em parte, determinando a substituição de produto, refazimento dos serviços ou rescindir a contratação, sem prejuízo das penalidades previstas.

b) Na hipótese de substituição de produto ou refazimento de serviços, a contratada deverá fazê-lo em conformidade com as condições estabelecidas no instrumento contratual, no prazo máximo de **15 (quinze) dias**, contados da notificação por escrito, sem que isto implique em quaisquer ônus para a Prefeitura de Municipal de Ribeirão Preto.

c) Na impossibilidade de serem substituídos ou refeitos, aplicar-se-ão as sanções cabíveis.

14.3. Os direitos autorais, patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análise e planos), peças, acompanhadas de demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência deste contrato serão cedidos a Prefeitura de Municipal de Ribeirão Preto.

14.3.1. Os direitos são cedidos de forma total e definitiva, para uso no Brasil ou em qualquer outro país.

14.3.2. O valor dessa cessão está integralmente incluído nas modalidades de remuneração no contrato.

14.3.3. Os direitos patrimoniais poderão ser usados pela Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto em todas as suas modalidades de utilização, diretamente ou por intermédio de terceiros.



## Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

14.3.4. Quando necessário realizar contratações que envolvam direitos de autor e conexos, a Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto solicitará a quem de direito a concessão por prazo, finalidade, território e preço, inclusive quando à eventual renovação do contrato, dos direitos autorais e conexos de suas respectivas titularidades.

14.3.5. A licitante se compromete fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, o custo com cachês, os de cessão de direitos de uso de obra(s) consagrada(s) incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos de autor e conexos.

14.3.6. A Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto será a única proprietária das peças e demais materiais físicos e/ou digitais oriundos do cumprimento do contrato fruto da licitação, sejam estes passíveis ou não de proteção de Direito de Propriedade Intelectual.

### 15. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO:

15.1. O(s) pagamento(s) serão efetuados, de acordo com os serviços efetivamente prestados, conforme o recebimento da Nota Fiscal devidamente atestada.

15.2. O(s) licitante(s) vencedor(es) apresentará(ão) ao Órgão Requisitante as **Notas Fiscais Eletrônicas** referentes às execuções efetuadas.

15.2.1. A Nota Fiscal Eletrônica deverá ser compatível com o contrato social sob pena de não efetuar o pagamento.

15.2.2. Para a Nota Fiscal Eletrônica de Serviço **deverá ser observado Decreto Municipal nº 8 de 27 de janeiro de 2010.**

15.3. Conforme Lei Municipal nº 14.303 de 21 de março de 2019, ficam obrigados a enviar em formato XML e PDF a Nota Fiscal, com todas as informações, incluindo a chave de identificação da Nota Fiscal Eletrônica, para o endereço de e-mail: [roniegazaroli@ribeiraopreto.sp.gov.br](mailto:roniegazaroli@ribeiraopreto.sp.gov.br), como condição para aprovação da respectiva Nota Fiscal.

15.3.1. O Órgão Requisitante terá prazo de 02 (dois) dias úteis, a contar da apresentação da Nota Fiscal para aprová-la ou rejeitá-la.

15.3.2. A Nota Fiscal não aprovada pelo Órgão Requisitante será devolvida para as necessárias correções, com as informações que motivaram sua rejeição.

15.3.3. A devolução da Nota Fiscal não aprovada pelo Órgão Requisitante em hipótese alguma servirá de pretexto para que seja suspenso a execução dos serviços.

15.4. O pagamento será efetuado pela Secretaria Municipal de Fazenda, através de depósito bancário, no prazo de **30 (trinta) dias** após a comprovação da prestação de serviços, nas condições exigidas, bem como, após a apresentação dos respectivos documentos fiscais, devidamente aprovados pelo órgão Requisitante. O prazo aqui estabelecido será contado a partir da data em que for efetivamente integralizada a entrega dos mesmos. Para facilitar o recebimento, recomenda-se a menção do número da conta corrente e da agência em que a licitante seja correntista.

15.5. Para fins de liquidação e pagamento de despesas deverão ser atendidas as exigências legais.

15.6. O pagamento do preço pactuado dar-se-á exclusivamente mediante depósito Bancário na conta Corrente indicada pelo licitante vencedor, sendo vedado à emissão de título de crédito para fins de cobrança do Município do Preço Pactuado.

15.7. Caso venha a ocorrer exigência de providências a serem cumpridas pela contratada, a fluência do prazo será interrompida, reiniciando-se a sua contagem a partir da data em que estas forem cumpridas, a critério da Administração.

15.8. Em caso de irregularidade na emissão dos documentos fiscais, o prazo para pagamento será contado a partir de sua reapresentação, desde que devidamente regularizados.



## Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

15.9. No caso de atraso nos pagamentos sobre o valor devido à Contratada, incidirá correção monetária com base no indicador econômico IPC – FIPE, correspondente ao período decorrido entre a data do adimplemento das obrigações e a do efetivo pagamento.

### 16. DAS PENALIDADES

16.1. A licitante ou contratada que descumprir quaisquer das cláusulas deste edital ou do instrumento contratual ficará sujeita às penalidades previstas no artigo 86 e seguintes da Lei 8.666/93.

16.2. A recusa injustificada, ou cuja justificativa não seja aceita pela administração, em assinar o contrato ou aceitar a ordem de serviço e/ou instrumento equivalente, no prazo estipulado pela Administração, sujeitará o licitante vencedor à multa de 10% (dez por cento) sobre o valor da proposta.

16.3. Pela inexecução total ou parcial do contrato, a Administração, garantindo a prévia defesa e sem prejuízo das penalidades previstas, poderá, ainda, aplicar ao contratado as seguintes sanções:

a) Advertência;

b) Em razão do descumprimento de exigência do edital, multa de 20% (vinte por cento) sobre o valor total do contrato.

c) Em caso de inexecução parcial do objeto, multa de 20% (vinte por cento), que será aplicada de forma proporcional à obrigação inadimplida;

d) Em caso de inexecução total do objeto, multa de 20% (vinte por cento) sobre o valor total do contrato, sem prejuízo das demais penalidades previstas na legislação vigente;

e) Multa de 0,33% (trinta e três centésimos por cento) por dia de atraso sobre a parcela do objeto.

f) Multa de 10% (dez por cento) sobre o valor da parcela que tenha problemas técnicos, mais multa de 0,33 (trinta e três centésimos) por cento ao dia enquanto os problemas técnicos não forem sanados, contados da data em que a Administração tiver comunicado à empresa a irregularidade.

g) Multa de 10% (dez por cento), por descumprimento de quaisquer das obrigações decorrentes do ajuste, que não estejam previstas nos subitens acima, a qual incidirá sobre o valor do instrumento contratual.

h) Suspensão do direito de licitar e contratar com o órgão ou entidade contratante, por até dois anos, com base no artigo 87, Inciso III, da Lei nº 8.666/93;

i) Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante o Município de Ribeirão Preto, que será concedida sempre que o contratado ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base no inciso anterior, com base no artigo 87, Inciso IV, da Lei nº 8.666/93.

16.3.1. Os atrasos por problemas técnicos que perdurarem por mais de 10 (dez) dias, serão considerados inexecução parcial para os efeitos das aplicações das penalidades.

16.3.2. Os atrasos superiores a 60 (sessenta) dias serão considerados inexecução total para efeito de aplicação de penalidade.

### 17. PEDIDOS DE ESCLARECIMENTOS, IMPUGNAÇÃO E RECURSOS ADMINISTRATIVOS

#### 17.1. PEDIDOS DE ESCLARECIMENTOS

17.1.1. Os Pedidos de Esclarecimento poderão ser encaminhados por e-mail: [atendimentolicitacao@administracao.pmrp.com.br](mailto:atendimentolicitacao@administracao.pmrp.com.br) ou protocolados pessoalmente na **Secretaria da**



## Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

**Administração, Rua Jacira nº 50 Jardim Macedo – Ribeirão Preto – SP.**

17.1.2. As respostas aos pedidos de esclarecimentos serão divulgadas por notas informativas e/ou avisos divulgados na internet no site da **Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto**, endereço [www.ribeiraopreto.sp.gov.br](http://www.ribeiraopreto.sp.gov.br), porém, sem identificar, quem formulou a consulta.

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

17.1.4. As questões poderão ser formuladas até no máximo **05 (cinco) dias** anteriores do fixado para entrega das propostas, e se pertinentes, serão respondidos até 03 (três) dias da mesma data, observado o disposto no art. 110 - § único da Lei 8.666/93 e ulteriores alterações.

17.1.5. Questões estranhas ao objeto e as que remetam à interpretação da Lei de licitações e/ou legislação correlata, serão desconsideradas

### 17.2. IMPUGNAÇÃO

17.2.1. As Impugnações poderão ser encaminhadas por e-mail: [atendimentolicitacao@adminstracao.pmrp.com.br](mailto:atendimentolicitacao@adminstracao.pmrp.com.br) ou protocoladas pessoalmente na **Secretaria Municipal da Administração, localizada na Rua Jacira nº 50, Jardim Macedo, Ribeirão Preto/SP, CEP: 14.091-130**, observado o disposto no artigo 41 da Lei 8.666/93.

### 17.3. RECURSOS

17.3.1. Os recursos das concorrentes contar-se-ão da publicação do resultado do julgamento desta fase no D.O.M. (Diário Oficial do Município).

17.3.2. Todos os recursos cabíveis, em conformidade com a Lei 8666/93, com suas alterações, deverão ser endereçados à Comissão Municipal de Licitação, protocolados no prazo de até **05 (cinco) dias úteis**, contados da intimação da decisão da qual se recorre.

17.3.3. Os recursos somente serão admitidos quando subscritos por representante legal, procurador com poderes específicos, sócio ou diretor da proponente.

17.3.4. O Recurso deverá ser assinado por representante legal ou preposto credenciado, e protocolado na Secretaria Municipal de Administração – Protocolo das Licitações, ou transmitido via eletrônica (internet) através do e-mail: [atendimentolicitacao@adminstracao.pmrp.com.br](mailto:atendimentolicitacao@adminstracao.pmrp.com.br), em versão PDF para ser impresso e juntado aos autos.

17.3.4.1. Para a hipótese de envio de recurso via eletrônica, recomendamos solicitar “confirmação de recebimento”, como condição de recepção e prosseguimento, sendo certo que não nos responsabilizaremos por desvios de qualquer natureza.

17.3.5. A Comissão Municipal de Licitação reserva-se o direito de, a qualquer momento, consultar os setores técnicos da Administração.

### 18. DISPOSIÇÕES FINAIS

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

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

18.2.1. A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 59 da Lei nº 8.666/1993.



## **Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto**

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

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

18.4. A Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto poderá inabilitar, a qualquer tempo antes da contratação, PROPONENTE sobre a qual venha a conhecer fato ou circunstância que desabone sua idoneidade.

18.5. As multas aplicadas conforme especificação deste Edital, deverão ser pagas em até quarenta e oito horas, contadas do recebimento do documento de cobrança respectivo, sob pena de sujeitar-se à infratora aos procedimentos judiciais cabíveis.

18.6. É facultada à Comissão Municipal de Licitação ou à autoridade superior em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo.

18.7. As condições de emissão de documentos de cobrança, pagamento, reajustes, garantia de execução contratual, penalidades, obrigações, responsabilidades e outras, são as estabelecidas neste Edital e na Lei n.º 8.666/93 e posteriores alterações.

18.8. As interessadas deverão ter pleno conhecimento dos elementos constantes do Edital, bem como de todas as condições gerais e peculiares do local onde serão executados os trabalhos, não podendo invocar nenhum desconhecimento como elemento impeditivo da formulação de sua proposta ou do perfeito cumprimento do Contrato.

18.9. As licitantes são responsáveis pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação, sob pena das sanções aplicáveis em cada caso, previstas neste edital, não se excluindo as de caráter civil e/ou criminal e a Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

18.10. As partes responderão por perdas e danos pelo inadimplemento de suas obrigações contratuais, além de outras cominações definidas na legislação em vigor.

18.11. O horário para atendimento para protocolo presencial é das 08h00min às 17h00min.

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

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

### **19. ANEXOS**

19.1. Fazem parte integrante do presente edital, os seguintes documentos:

**Anexo I** – Briefing;

**Anexo II** – Modelo de Proposta de Preços;

**Anexo III** – Conceito, Apresentação e Elaboração da Proposta Técnica;

**Anexo IV** – Modelo de Procuração;

**Anexo V** – Modelo de Declaração de Enquadramento na Lei Complementar nº 123/2006;

**Anexo VI** – Declarações para Habilitação;

**Anexo VII** – Declaração de Elaboração Independente de Proposta;

**Anexo VIII** – Minuta de Contrato (arquivo apartado disponibilizado no site).

Ribeirão Preto, 31 de agosto de 2022.

**Ricardo Fernandes de Abreu**  
Secretário Municipal da Administração

**Anderson Ferreira da Silva**  
Diretor do Departamento de Materiais e Licitações



## Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

# ANEXO I

## BRIEFING

Este documento serve para orientações e informações do briefing no qual a agência estruturará o planejamento de comunicação e a campanha publicitária, e desenvolverá o plano de mídia e toda a estratégia a ser recomendada. Recomenda-se pesquisa no portal da Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto para informações mais completas e atualizadas, além de outras fontes a critério do licitante.

### **I – Histórico da cidade**

Origem do nome: Nome do ribeirão que atravessa a cidade chamado de Preto. Data oficial de fundação: 19 de junho de 1856. Ribeirão Preto no início de sua formação era composto por um conglomerado de fazendas, próximas a estrada que demandava o Triângulo Mineiro e o Planalto Goiano (Caminho de Goiás), a maioria destas fazendas originara-se do apossamento pacífico de terras que o tempo legitimara e que as heranças consolidaram.

A fazenda Barra do Retiro marcava o centro da área que viria a se tornar o município de Ribeirão Preto, as outras fazendas eram: Palmeiras; Ribeirão Preto ou Pontinha; Retiro; Serrinha; Serra Azul; Tamanduá; Capoeirinha; Figueira; Cravinhos; Cabeceira do Ribeirão Preto; Lageado; Laureano ou Braço Direito do Ribeirão Preto e Sertãozinho.

A maior parte destas terras era ocupada pela família Reis de Araújo, que habitavam esta região desde 1811. Além dos Reis de Araújo, outras famílias, oriundas do sul de Minas Gerais e de Mogi Guaçu, começaram também a povoar a região no início do século XIX, como Borges da Costa, Alves da Silva, Bezzerra Cavalcanti, Nazareth de Azevedo e Soares de Castilho.

A ausência de demarcações precisas dos limites da maioria das propriedades provocou diversos conflitos e demandas pela posse das terras. Em 1835 um sério conflito envolveu as famílias Dias Campos e Reis de Araújo, após anos de discussões, em 1846 chegou-se a um acordo onde os Reis de Araújo pagaram aos Dias Campos um montante combinado, ficando a posse destas terras definitivamente nas mãos da família Reis de Araújo.

Para mais informações, consultar: <https://www.camararibeiraopreto.sp.gov.br/JW34/conteudo/historia-de-ribeirao>  
<https://www.ribeiraopreto.sp.gov.br/portal/arquivo-publico-historico/historia-de-ribeirao>

### **II – Guia da cidade**

Ribeirão Preto tem 720.116 moradores, segundo a estimativa de 2021 do IBGE. Considerando a região metropolitana, da qual Ribeirão Preto é sede e que reúne 34 municípios, a estimativa é de 1.755.029 habitantes.

O município possui posicionamento estratégico, próximo às regiões metropolitanas da capital São Paulo e de Campinas, funcionando como entroncamento para o interior paulista, sul do país e estados de Minas Gerais e Goiás. Conta com uma rede de infraestrutura de transportes desenvolvida, com importantes rodovias que ligam o interior à capital do estado (Anhanguera) e daí ao Porto de Santos (Imigrantes). O eixo viário na direção norte permite acesso ao Distrito Federal e ao Triângulo Mineiro. A região também conta com o aeroporto Doutor Leite Lopes.

Os municípios da região possuem uma economia robusta e diversificada, abrigando grandes empresas, notadamente de alimentos, que atendem aos mercados interno e externo, e constituem um polo da indústria sucroalcooleira – em função de, entre outros aspectos, estarem posicionados estrategicamente em relação aos maiores centros consumidores.

Neste contexto, a economia de Ribeirão Preto é voltada principalmente à prestação de serviços. Podemos citar como exemplos os serviços de distribuição e logística, além do turismo de negócios, que se beneficiam dos aspectos locais, de infraestrutura e da dinâmica econômica regional citados. Vale ressaltar também que uma parcela significativa da demanda por esses serviços é proveniente das famílias e empresas dos municípios do entorno, que direcionam parte do seu poder de compra, muitas vezes gerado na cadeia produtiva do agronegócio, para os produtos e serviços oferecidos em Ribeirão.

Dessa forma, o município possui um comércio varejista relevante, com diversas lojas de departamento e shoppings centers, além de centros médico-hospitalares e educacionais de destaque. Como consequência, exerce grande poder de influência econômica e de integração regional, atraindo um fluxo significativo de pessoas em busca de consumo e oportunidades de trabalho e renda.

Fonte: <https://www.ribeiraopreto.sp.gov.br/files/splan/planod/solo-produto-3.pdf>

### **III – Implantação do Plano Municipal de Turismo**



## **Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto**

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

Em agosto de 2018 foi sancionada a Lei que institui o Plano Municipal de Turismo (PMT) em Ribeirão Preto. Com a criação do PMT e a reativação do Conselho Municipal de Turismo – COMTURP, que há três anos não realizava reuniões, Ribeirão Preto pode, então, solicitar sua inclusão no MIT.

Com mais de 400 páginas, o Plano Municipal de Turismo possui diretrizes para nortear as ações do setor em busca de seu fortalecimento, desenvolvimento e expansão, baseadas em um planejamento instituído com programas, objetivos e metas. O Turismo é uma grande vertente de desenvolvimento econômico, com geração de emprego e renda, e Ribeirão Preto conta com grande potencial para se destacar na área. Para se ter uma ideia, são 13.802 ocupações formais ligadas à atividade do turismo em Ribeirão Preto, o que representa uma média de 6,49% dos trabalhadores empregados na cidade no setor, enquanto a média nacional é 5,38% e no Estado é de 4,95%.

### **IV – Mapa do Turismo**

Conhecida pelos títulos de Capital do Chope e do Agronegócio, terra do café, do Açúcar e Álcool, Ribeirão Preto também recebeu o título de Capital da Cultura, pela efervescência do meio artístico e qualidade das produções locais. Em 2021, a cidade concorreu ao prêmio Top Destinos Turísticos do estado de São Paulo realizado pela ADVB – Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil e Skal Internacional São Paulo e conta com parceria da AMITESP – Associação dos Municípios de Interesse Turístico do Estado de São Paulo, aAPM – Associação Paulista de Municípios, a APRECESP – Associação das Prefeituras das Cidades Estância do Estado de São Paulo, o Visite São Paulo Convention & Visitors Bureau e a UVESP – União dos Vereadores do Estado de São Paulo. Ribeirão Preto concorreu nas categorias de turismo de estudos e intercâmbio, turismo de negócios e eventos, turismo de compras e turismo de saúde.

A cidade também está localizada na região turística “Caminhos da Mogiana” e recebeu, em 2022, a classificação de categoria “A” no Mapa do Turismo Brasileiro. A ampla oferta de estabelecimentos de hospedagens e de empregos, a quantidade de visitantes domésticos e internacionais contribuíram para que Ribeirão Preto alcançasse o topo do ranking. Eventos como a Agrishow, a maior feira do agronegócio da América Latina, bem como os festivais de música, são atrativos para o turismo no município, promovendo a vinda de visitantes movimentando setores como hotelaria, restaurantes e bares.

### **V – Estrutura turística da cidade**

#### **Centros Culturais:**

- Centro Cultural Campos Elíseos
- Centro Cultural CEU das Artes
- Centro Cultural Palace
- Centro Cultural Quintino II
- Centro Cultural Vila Tecnológica

#### **Espaços culturais e turísticos:**

- Casa da Cultura
- Escola de Arte do Bosque
- Theatro Pedro II
- MIS
- Morro do São Bento
- Museu da Segunda Guerra Mundial
- Museu de Arte
- Museu do Café
- Museu Histórico
- Teatro de Arena
- Teatro Municipal

#### **Parques:**

- Bosque Municipal e Zoológico Fábio Barreto
- Parque Dr. Luís Carlos Raya
- Parque Dr. Fernando de Freitas Monteiro Silva
- Parque Maurílio Biagi
- Parque Tom Jobim
- Uber Parque Sul Roberto Francói
- Parque Olhos D'Água
- Parque Prefeito Luiz Roberto Jábali



## Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

### Shoppings:

- Ribeirão Shopping
- Shopping Santa Úrsula
- Shopping Iguatemi
- Novo Shopping Center

### Fontes:

<https://www.ribeiraopreto.sp.gov.br/portal/noticia/classificacao-a-no-mapa-do-turismo-brasileiro>

<https://www.ribeiraopreto.sp.gov.br/portal/noticia/ribeirao-esta-entre-as-tres-cidades-do-estado-classificadas-na-categoria-a-no-mapa-do-turismo-brasil>

Tema do exercício do briefing: Valorização do turismo e da cidade de Ribeirão Preto

### Desafio de comunicação

Ribeirão Preto é um polo de referência nas áreas de saúde, educação e serviços em geral. Agora, também quer se consolidar como um destino turístico importante do estado. O desafio de comunicação consiste em realizar uma campanha que posicione Ribeirão Preto como polo turístico e comunique de forma eficiente que a cidade tem possibilidades e atividades para todos os tipos de perfis. Além disso, deve promover a sensação de pertencimento e valorização da cidade pelos munícipes.

### Mais informações:

Como parte do exercício proposto o licitante pode pesquisar nos canais oficiais do Poder Executivo mais informações sobre a Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto, suas ações estruturantes, suas diretrizes e os serviços oferecidos ao público.

### Público-alvo

O público-alvo deste exercício é a população ribeirão-pretana e a população das cidades distantes em um raio de 380 km.

### Período de campanha

As estratégias de comunicação, mídia e não mídia devem levar em consideração um período de 30 dias de duração da campanha.

### Verba referencial

Para este exercício a verba referencial é de R\$ 1.000.000,00 (hum milhão de reais)

### Recursos próprios de comunicação

A Prefeitura disponibiliza, como recursos próprios de comunicação, seu site oficial, o Diário Oficial do Município e sua presença nas redes sociais como Facebook, Instagram e Youtube em suas páginas oficiais.



**Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto**

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

**ANEXO II**

**MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS**

**Concorrência nº 6/2022**

**Processo Administrativo nº 092134/2022**

**Objeto:** Contratação de Agência de Publicidade para prestação de serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas com o fim específico de divulgar as ações da Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto/SP, conforme descrito em edital e anexos.

**Nome da Proponente:**

**CNPJ:**

**Endereço**

**Telefone:**

**E-mail:**

**Banco:**

**Conta Corrente:**

**Ag. Nº**

**Declaramos que, na vigência do contrato decorrente da Concorrência nº 6/2022 promovida pela Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto/SP, serão cobrados os seguintes honorários:**

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

O preço proposto contempla todos os custos e despesas necessários à plena execução do serviço, tais como de pessoal e de administração, e todos os encargos (obrigações sociais, impostos, taxas etc.) incidentes sobre os serviços objeto desta licitação, nada mais sendo lícito pleitear da Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto/SP a esse título.

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

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

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

**Informamos conhecer e aceitar as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas no subitem 14.3.**



**Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto**

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

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

**A presente proposta é válida por \_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) dias\*, a contar de sua apresentação.**

**\* (no mínimo 60 dias)**

Local e data,

---

**Assinatura do Representante Legal da Empresa**

Nome Completo, RG nº e CPF nº



## Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

### ANEXO III

#### CONCEITO, APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

##### 1. DO OBJETO

Constitui objeto do presente Termo de Referência a contratação de Agência de Publicidade para prestação de serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas com o fim específico de divulgar as ações da Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto/SP, incluindo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meio de divulgação, com o objetivo de difundir ideias ou informar o público em geral.

Outrossim, integram o objeto do presente Termo de Referência, como atividades complementares, os seguintes serviços especializados pertinentes:

- 1.1. à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
  - 1.2. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;
- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Governo Municipal de Ribeirão Preto, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
  - b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
  - c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

Os serviços retos não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículos de comunicação.

##### 2. DA JUSTIFICATIVA

O princípio constitucional da publicidade impõe ao administrador o dever de dar amplo conhecimento a população sobre como está sendo gerida a coisa pública e como vem agindo aquelas pessoas a quem foi outorgado o dever-poder de administrar.

Segundo a clássica definição de Celso Antônio Bandeira de Mello sobre o princípio da publicidade, ensina que:

*“Consagra-as nisto (princípio da publicidade) o dever administrativo de manter plena transparência em seus comportamentos. Não pode haver em um Estado Democrático de Direito, no qual o poder reside no povo (art. 1º, parágrafo único, da Constituição), o ocultamento aos administrados dos assuntos que a todos interessam, e muito menos em relação aos sujeitos individualmente afetados por alguma medida. Tal princípio está previsto expressamente no art. 37, caput, da Lei Magna, ademais contemplado em manifestações específicas do direito à informação sobre assuntos públicos, quer pelo cidadão, pelo só fato de sê-lo, que por alguém que seja pessoalmente interessado.”*

Para fins de contratação, considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios



## Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

O Departamento de Comunicação Social da Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto, tem por finalidade promover a divulgação das ações da Prefeitura Municipal e suas unidades, disseminar informações de interesse público, coordenar e acompanhar a criação e veiculação da publicidade institucional relativa a planos, programas, projeto e ações, estabelecendo políticas e diretrizes, objetivando a manutenção de um fluxo permanente de informação à sociedade.

A comunicação, é sem dúvida, um instrumento imprescindível de facilitação do acesso à informação, serviços de utilidade públicas, prestação de contas e a orientação social. Através da comunicação é possível a promoção da cidadania, a participação popular, o acesso às políticas públicas, com transparência e eficiência no acesso à dados e informações de interesse público.

Ademais, a inclusão de novas tecnologias tem tornado a comunicação cada vez mais imprescindível como ferramenta de acesso à informação. Assim, seja pelos canais tradicionais de mídia, ou por outras formas inovadoras, a comunicação é uma peça fundamental na gestão pública.

### 3. DA FUNDAMENTAÇÃO

Os serviços publicitários prestados à Administração Pública deverão ser contratados através de procedimento licitatório, com fulcro na Lei 12.232/2010 que estabelece normas gerais sobre licitações e contratações pela Administração Pública de serviços de publicidades prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

A lei 12.232/2010, em seu artigo 1º. estabelece a obrigatoriedade da realização de procedimentos licitatórios nas contratações pela administração pública de serviços de publicidade, que deverão ser prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, aí abrangidos os órgãos do Poder Executivo, Legislativo e Judiciário, bem como as pessoas da administração indireta e todas as entidades controladas direta ou indiretamente pela união, Estados e Municípios.

Os serviços de publicidade serão contratados em agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965, e que tenham obtido Certificado de Qualificação Técnica de funcionamento, que poderá ser obtido perante o Conselho Executivo da Normas- Padrão – CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora da condições técnicas de agências de propaganda.

A agência a ser contratada por esta Administração só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem do contratante, se previamente os identificar e tiver sido por ele expressamente autorizada.

### 4. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

QUESITOS	SUBQUESITOS
<b>Plano de Comunicação Publicitária</b>	Raciocínio Básico
	Estratégia de Comunicação Publicitária
	Ideia Criativa
	Estratégia de Mídia e não mídia
<b>Capacidade de Atendimento</b>	
<b>Repertório</b>	



## Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

<b>Relatos de Soluções de problemas de comunicação</b>	
--	--

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

### Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

4.3. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado de acordo com a seguinte formatação:

- a) Em papel tipo sulfite, A4 – com até 90 g/m<sup>2</sup> branco;
- b) Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda, capa e contracapa em papel sulfite branco, formato A4, branco e com até 90 g/m<sup>2</sup>;
- c) Espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- d) Títulos, entre títulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- e) Espaçamento “simples” entre linhas e opcionalmente duplo entre parágrafos, títulos e subtítulos;
- f) Alinhamento justificado do texto;
- g) Texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, cor “automático”, corpo 12 (doze);
- h) Numeração em todas as páginas, em fonte Arial 12, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, canto inferior direito;

4.4. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças da Ideia Criativa, estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas nesse limite a capa e contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquestos.

4.5. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só e de forma inequívoca, possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do **Envelope nº 2**.

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

4.6.1. **Raciocínio Básico:** apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Município de Ribeirão Preto para enfrentar os desafios ou os problemas gerais e ou específicos, de comunicação, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre os desafios ou os problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados;

4.6.2. **Estratégia de Comunicação Publicitária:** apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir os desafios ou os problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados e alcançar os objetivos, gerais e específicos, de comunicação previstos no Briefing, compreendendo:

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

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

4.6.3. **Ideia Criativa:** apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:



## Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

- a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no Edital, com comentários sobre cada peça e ou material.
- b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar 10 (dez) peças como exemplos para corporificar objetivamente sua proposta de solução dos desafios ou problemas, gerais e ou específicos, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

#### 4.6.4. **Estratégia de Mídia e Não Mídia:** constituída de:

- a) Apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;
- b) Simulação de plano de distribuição em que a licitante indicará todas as peças e ou material destinados à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas, cujo valor estimado da campanha integral simulada será de **R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais)**.

#### 4.6.5 Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) O período de distribuição das peças e ou material;
- b) As quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- e) As quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
- f) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;
- g) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e ou material de não mídia.

#### Nessa simulação:

- a) Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) Deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei 4.680/65;
- c) Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores;
- d) Para veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços públicas, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação (tais como mídia programática, *trading desks* e redes sociais) a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia, assim como para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos, definindo em sua proposta quais métricas serão utilizadas para atingi-los (ex: cpm, true views, taxa de impressão, geração de leads, custo por alcance, cpc, cpe, custo por visualização de vídeo, custo por curtida, entre outros).

4.6.5.1. Para fins do exercício desta licitação, a publicidade em plataformas digitais, a exemplo da programação de publicidade nas redes sociais Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e Youtube, está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação.

4.6.6. Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.



## Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

### Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

4.7. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com as seguintes especificidades:

I. Ter a identificação da licitante;

II. Ser datado;

III. Estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

### Capacidade de Atendimento

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

4.8.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos neste item poderá ser editada em papel A3 dobrado.

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

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

a) Relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

b) A quantificação e a qualificação sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento.

c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;

d) A sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

e) A discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

### Repertório

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

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

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

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



## Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

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

4.14. As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 01.01.2017.

4.15. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

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

4.17. As peças e ou material não podem se referir a trabalhos solicitados e ou aprovados pelo Município de Ribeirão Preto

### **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**

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

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

4.20. A licitante deverá apresentar 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 02 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes. O Relato:

I. Será elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

II. Deverá ter nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

III. Não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas e ou aprovadas pelo Município de Ribeirão Preto;

IV. Deverá estar formalmente referendado pelo cliente.

4.21. A formalização do referendo deverá ser feita na última página do Relato, na qual constarão o nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. As duas páginas do Relato deverão estar assinadas pelo autor do referendo.

4.22. As propostas de que trata o subitem 4.20 devem ter sido implementadas a partir de 01.01.2017.

4.23. É permitida a inclusão de até 03 (três) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

I. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em CD, DVD ou PEN DRIVE, podendo integrar o caderno específico previsto no Edital ou ser apresentadas soltas;

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

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



## **Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto**

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

4.24. Se a licitante apresentar apenas 1 (um) Relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade da pontuação máxima prevista no Edital.

### **5. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

5.1. A Subcomissão Técnica prevista neste Edital analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

5.3. Plano de Comunicação Publicitária

**5.4. Raciocínio Básico:** a acuidade de compreensão:

- a) Das funções e do papel do Município de Ribeirão Preto nos contextos social, político e econômico;
- b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município de Ribeirão Preto com seus públicos;
- c) Das características do Município de Ribeirão Preto e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- d) Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- e) Dos desafios ou dos problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados pelo Município de Ribeirão Preto;
- f) das necessidades de comunicação da Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto para enfrentar esses desafios ou problemas.

**5.5. Estratégia de Comunicação Publicitária:**

- a) A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do Município de Ribeirão Preto e a seus desafios ou problemas, geral e ou específico, de comunicação;
- b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Município de Ribeirão Preto com seus públicos;
- d) A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução dos desafios ou dos problemas, geral e ou específico, de comunicação do Município de Ribeirão Preto;
- e) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) A capacidade de articular os conhecimentos sobre o Município de Ribeirão Preto, o mercado no qual se insere, seus desafios ou problemas, geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível.

**5.6. Ideia Criativa:**

- a) Sua adequação aos desafios ou problemas geral e ou específico, de comunicação da Prefeitura do Município de Ribeirão Preto;
- b) Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;



## **Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto**

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

- c) Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- g) Sua pertinência às atividades da Prefeitura do Município de Ribeirão Preto e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- h) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;
- i) A exequibilidade das peças e ou do material;
- j) A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

### **5.7. Estratégia de Mídia e Não Mídia:**

- a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;
- d) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura do Município de Ribeirão Preto;
- e) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;
- f) A otimização da mídia segmentada, alternativa, de massa e digital.

### **5.8. Capacidade de Atendimento:**

- a) O porte e a tradição dos clientes atuais das licitantes e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias correlatas ao objeto licitado;
- c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Prefeitura do Município de Ribeirão Preto;
- d) A adequação das instalações da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- e) A operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura de Municipal de Ribeirão Preto e a licitante, esquematizado na proposta;
- 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 a disposição da prefeitura do Município de Ribeirão Preto, sem ônus adicional durante a vigência do contrato.

### **5.9. Repertório:**

- a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propõe a resolver;



## Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;

c) A clareza da exposição das informações prestadas.

### 5.10. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:

a) A evidência de planejamento publicitário;

b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;

c) A relevância dos resultados apresentados;

d) A concatenação lógica da exposição.

5.11. A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.

5.12. Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

QUESITOS/SUBQUESITOS	PONTOS
<b>Plano de Comunicação Publicitária, sendo:</b>	<b>65</b>
Raciocínio Básico	10 pontos
Estratégia de Comunicação Publicitária	20 pontos
Ideia Criativa	20 pontos
Estratégia de Mídia e Não Mídia	15 pontos
<b>Capacidade de Atendimento</b>	<b>15</b>
<b>Repertório</b>	<b>10</b>
<b>Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>10</b>
<b>Pontuação máxima total</b>	<b>100</b>

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

5.14. A pontuação de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

5.15. Será considerada mais bem classificada na fase de julgamento da Proposta Técnica a licitante que obtiver a maior nota.

## 6. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

6.1 As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

6.3. Os quesitos a serem valorados são os integrantes dos incisos I, II, III, IV e V da Proposta de Preços da licitante, cujo modelo constitui o Anexo II – Modelo de Proposta de Preços, ressalvado que, nos termos do artigo 46, parágrafo 1º da Lei 8.666/93 **não será aceito:**

a) **Desconto inferior a 30% (trinta por cento)** em relação aos preços previstos na tabela referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante, referentes;

b) **Percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento)** incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato, bem como incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento



## **Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto**

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

c) **Percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento)** incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material.

d) **Percentual de remuneração superior a 20% (vinte por cento)** incidente sobre veiculação de mídia digital intermediada pela licitante, que não proporcione à agência o desconto de agência concedido por veículos de divulgação.

6.4. Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Permanente de Licitação considerará o preço por extenso.

**7. Como condição de eficiência na execução do escopo deste contrato e inobstante as demais técnicas já usuais na prestação destes serviços, a contratada deverá dispor um de seus profissionais (sem vínculo ou hierarquia com a Administração), para acompanhar e vivenciar as rotinas administrativas entre os servidores gestores desta contratação.**



**Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto**

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

**ANEXO IV**

**MODELO DE PROCURAÇÃO**

A empresa \_\_\_\_\_, inscrita no CNPJ sob o n.º \_\_\_\_\_, por meio de seu representante legal o(a) Sr.(a) \_\_\_\_\_, portador(a) da Carteira de Identidade n.º \_\_\_\_\_ e do CPF n.º \_\_\_\_\_, nomeia seu(sua) \_\_\_\_\_ bastante procurador(a) o(a) Sr.(a) \_\_\_\_\_, com poderes para formular lances, negociar preço, interpor recursos e desistir de sua interposição e praticar todos os demais atos pertinentes ao certame, referentes a **CONCORRÊNCIA N.º 6/2022**

Local e data,

---

**Assinatura do Representante Legal da Empresa**  
Nome Completo, RG nº e CPF nº



**Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto**

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

**ANEXO V**

**MODELO DE DECLARAÇÃO DE ENQUADRAMENTO NA LEI COMPLEMENTAR Nº  
123/2006**

(deverá ser entregue junto com o credenciamento)

**CONCORRÊNCIA Nº 6/2022**

(nome/razão social) \_\_\_\_\_, inscrita no CNPJ nº \_\_\_\_\_, por intermédio de seu representante legal o(a) Sr.(a) \_\_\_\_\_, portador da carteira de identidade nº \_\_\_\_\_ e inscrita no CPF/MF sob o nº \_\_\_\_\_, DECLARA, para fins do disposto na Lei Complementar nº 123/2006, ser \_\_\_\_\_, (microempresa ou empresa de pequeno porte), não possuindo nenhum dos impedimentos previstos no § 4º do art. 3º da referida Lei.

Local e data,

\_\_\_\_\_  
**Assinatura do Representante Legal da Empresa**  
Nome Completo, RG nº e CPF nº



**Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto**

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

**ANEXO VI**

**DECLARAÇÕES PARA HABILITAÇÃO**

**REF.: CONCORRÊNCIA N.º 6/2022**

A empresa ....., inscrita no CNPJ sob o N.º....., por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a) ....., portador(a) da Carteira de Identidade n.º..... e do CPF n.º....., **DECLARA sob as penas da Lei:**

- a) Que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de quatorze anos.
- b) Que até a presente data, inexistem fato(s) impeditivo(s) para a sua habilitação, estando ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores;
- c) Que atende plenamente os requisitos de habilitação constantes neste Edital;
- d) Que recebeu os documentos e tomou conhecimento de todas as informações e das condições para cumprimento das obrigações objeto desta licitação.

Local e data,

---

**Assinatura do Representante Legal da Empresa**

Nome Completo, RG nº e CPF nº



**Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto**

Estado de São Paulo  
Secretaria da Administração

**ANEXO VII**

**MODELO DE DECLARAÇÃO DE CIÊNCIA E ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA**

*(Papel timbrado da empresa)*

**CONCORRÊNCIA Nº 6/2022**

A (Empresa) inscrita no CNPJ n. ....por intermédio de seu representante o(a) Sr(a) ....., portador (a) da Carteira de Identidade RG. N. .... e do CPF. ...., DECLARA sob as penas da Lei:

- 1) Conhecimento do instrumento convocatório; ter recebido o **ENVELOPE Nº 1**, assim como todos os documentos e informações necessários à participação nesta Concorrência, conhecendo e acatando as condições para o cumprimento das obrigações objeto da licitação;
- 2) Inexistência de impedimentos para a participação, ou seja, que não incorre em nenhum dos casos relacionados nas condições de participação do Edital.
- 3) Elaboração independente de Proposta:
  - a) Que a proposta apresentada foi elaborada de maneira independente;
  - b) Que a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato da desta Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
  - c) Que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;
  - d) Que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência antes da adjudicação do objeto da referida licitação; e
  - e) Que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante da Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto antes da abertura oficial das propostas.

Local e data,

---

**Assinatura do Representante Legal da Empresa**  
Nome Completo, RG nº e CPF nº

---