**CONCORRÊNCIA Nº 002/SECOM/2022**

 **PROCESSO SEI Nº 6010.2022/0002859-6**

**OBJETO: PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE PARA ELABORAÇÃO DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS PARA INCENTIVAR OS TURISMOS DE NEGÓCIOS, SAÚDE E LAZER NA CIDADE DE SÃO PAULO**

**SUMÁRIO**

1. **PREÂMBULO**
2. **OBJETO**
3. **CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO**
4. **CADERNO DA LICITAÇÃO/DISPONIBILIZAÇÃO DE ENVELOPE PARA ACONDIONAMENTO DA VIA NÃO IDENTIFICADA DA PROPOSTA TÉCNICA/CADASTRO DE MEMBROS PARA CONSTITUIÇÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA**
5. **INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS**
6. **IMPUGNAÇÃO AO EDITAL**
7. **CREDENCIAMENTO**
8. **PRAZO**
9. **CONOGRAMA DE DESEMBOLSO**
10. **FORMA DE CONSTITUIÇÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE JULGAMENTO TÉCNICO**
11. **PROPOSTA TÉCNICA, PROPOSTA COMERCIAL E DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO**
12. **SESSÕES PÚBLICAS**
13. **JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**
14. **JULGAMENTO DAS PROPOSTAS COMERCIAIS**
15. **CLASSIFICAÇÃO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E COMERCIAL**
16. **JULGAMENTO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO E CLASSIFICAÇÃO FINAL DA LICITAÇÃO**
17. **DOS RECURSOS**
18. **DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS**
19. **FORMALIZAÇÃO DO CONTRATO**
20. **GARANTIA DE EXECUÇÃO CONTRATUAL**
21. **SUBCONTRATAÇÃO**
22. **RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**
23. **DISPOSIÇÕES FINAIS**

**ANEXOS:**

**ANEXO I - BRIEFING (PROJETO BÁSICO)/LINHA DE ATUAÇÃO**

**ANEXO II - CREDENCIAMENTO DO REPRESENTANTE LEGAL**

**ANEXO III - PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO**

**ANEXO IV - DECLARAÇÃO DE PLENO ATENDIMENTO AOS REQUISITOS DE CONTRATAÇÃO**

**ANEXO V - DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATOS IMPEDITIVOS**

**ANEXO VI - DECLARAÇÃO DO CUMPRIMENTO DO DISPOSTO NO INCISO XXXIII DO ART. 7º DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL**

**ANEXO VII - MINUTA DO CONTRATO**

**ANEXO VIII - MODELO DE COMUNICADO DANDO PUBLICIDADE QUANTO À DATA DE REALIZAÇÃO DO SORTEIO E RELAÇÃO DE CADASTRADOS JUNTO À ADMINISTRAÇÃO**

**ANEXO IX - MODELO CARTA CONVITE**

**ANEXO X - MODELO FICHA DE CADASTRO**

**ANEXO XI - MODELO DE DECLARAÇÃO PARA MICROEMPRESA E EMPRESA DE PEQUENO PORTE**

**1. PREÂMBULO**

**1.1.** A **PREFEITURA DE SÃO PAULO**, por intermédio da **SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO** – torna público, para conhecimento de quantos possam se interessar, que em obediência ao que preceituam a Lei Federal 12.232 de 29.04.2010; Lei Federal nº 8.666 de 21.06.1993; Lei Orgânica do Município de São Paulo; Lei Municipal nº 13.278 de 07.01.2002, Instrução Normativa Federal nº 03 de 20.04.18 e demais normas complementares, realizará licitação na modalidade de **CONCORRÊNCIA**, a ser processada pela Comissão Especial de Procedimento Licitatório da Secretaria Especial de Comunicação.

Este certame terá como critério de julgamento **TÉCNICA E PREÇO** e regime de execução ao que está previsto na Lei 12.232/10 e Lei 4680/65, em conformidade com as disposições deste Edital e seus Anexos:

**1.2.** A Sessão Pública de Credenciamento e Recebimento dos Envelopes n.º 01, 02, 03 e 04, fica desde já agendada para o dia **30/01/2023\_**, a ser realizada na sala de Licitações da SECOM, localizada no Viaduto do Chá, nº 15 – 6º andar, no horário das **11:00** horas. Os envelopes nº 01, 02, 03 e 04 deverão conter:

**1.2.1. Envelope 01** – **Proposta Técnica** (via do plano de comunicação publicitária **não identificada**, juntamente **com** os exemplos de peças referentes à ideia criativa);

**1.2.2. Envelope 02** – **Proposta Técnica** (via do plano de comunicação publicitária **identificada**, **sem** os exemplos de peças referentes à ideia criativa);

**1.2.3. Envelope 03** – **Proposta Técnica**: Conjunto de Informações relativos à Capacidade de Atendimento; Repertório e Relatos de Soluções – via identificada;

**1.2.4. Envelope 04** – **Proposta Comercial.**

**1.2.5.** As datas da Sessão de Identificação, Apuração e Divulgação do Resultado Geral das Propostas Técnicas, a Sessão de Abertura e Classificação das Propostas Comerciais e a Sessão de Recebimento e Abertura da Documentação de Habilitação, serão divulgadas posteriormente, através de Publicação no Diário Oficial da Cidade.

**1.3.** Os integrantes da Subcomissão Técnica **não** poderão participar da Sessão de Credenciamento e Recebimento dos Envelopes nº 01, 02, 03 e 04.

**1.4.** Caso as datas previstas sejam alteradas mediante justificativa da Secretaria Especial de Comunicação, serão redesignadas e informadas por meio da publicação no Diário Oficial da Cidade e pela internet.

**1.5.** Se não houver expediente nessa data, os invólucros serão recebidos no primeiro dia útil subsequente.

**1.6.** Os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Comissão Especial de Licitação;

**2 – DO OBJETO**

**2.1.** A presente licitação tem por objetivo a contratação de empresas para a prestação de serviços técnicos de Publicidade para elaboração de Campanhas Publicitárias para incentivar os Turismos de Negócios, Saúde e Lazer na Cidade de São Paulo.

Compreendendo 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, de acordo com os objetivos de comunicação da PMSP, visando o planejamento estratégico e a criação de peças publicitárias realizadas; a produção e a execução técnica das peças e projetos publicitários criados; a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, atendidas as prescrições estabelecidas para as ações publicitárias contratadas; o desenvolvimento, implantação e acompanhamento de ações diretas de comunicação para o público voltado aos Turismos de Negócios, Saúde e Lazer, desde que estejam inseridas e sejam pertinentes no contexto de uma campanha publicitária, conforme diretrizes do **Anexo I – BRIEFING** e demais anexos deste Edital.

**2.1.1.** Para os fins deste Edital as licitantes poderão ser tratadas igualmente como agência ou licitante.

**2.2.** A prestação de serviços objeto deste Edital reger-se-á pelo disposto no artigo 37, parágrafo 1º, da Constituição da República Federativa pelo artigo 85 da Lei Orgânica do Município de São Paulo, pelas disposições específicas contidas na Lei Federal nº 4.680, de 18/06/65, que dispõe sobre o exercício da profissão de publicitário e de agenciador de propaganda, regulamentada pelo Decreto Federal nº 57.690, de 01 de fevereiro de 1966 e Decreto Federal nº 4563, de 31 de dezembro de 2002, pelas Normas – Padrão para prestação de serviços de comunicação e suas recíprocas relações vigentes, do Conselho Executivo das Normas-Padrão, mais conhecido por CENP, conforme as normas previstas no Código de Ética dos Profissionais de Propaganda, e pelas disposições contidas no capítulo III da lei 12.232 de 29 de abril de 2020.

**2.2.1**. Os serviços previstos no item **2.1** não abrangem as atividades de patrocínio, de assessoria de imprensa, e de relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza, vedados pelo § 2º do art. 2º da lei 12.232/10.

**2.2.1.1.** Não se inclui 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 veículos de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação.

**2.2.1.2.**  Os serviços abrangem todos os tipos de divulgação, referentes à Publicidade de Negócios, Saúde e Lazer na cidade de São Paulo, nos estritos termos do artigo 37, parágrafo 1º, da Constituição da República Federativa e pelo artigo 85 da Lei Orgânica do Município de São Paulo.

**2.3.** Para a prestação dos serviços serão contratadas 02 (duas) agências de propaganda, doravante denominadas agências, licitantes ou contratadas.

**2.3.1.** Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

**2.3.2.** As agências atuarão por ordem e conta da Secretaria Especial de Comunicação, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o § 1º do art. 2º da lei 12.232/10, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

**2.3.3.** As agências não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item **2.1**.

**3. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO**

**3.1.** Somente poderão participar desta Concorrência as pessoas jurídicas regularmente constituídas cujo objeto social seja pertinente e compatível com o objeto desta Concorrência, o que deverá ser demonstrado nos termos do subitem **11.6.1 – Habilitação Jurídica.**

**3.2.** Não poderão participar desta Concorrência a licitante:

**3.2.1.** Declaradas inidôneas ou impedidas de contratar com a Administração;

**3.2.2.** Enquadradas nas disposições do artigo 9º da Lei Federal nº 8.666/93;

**3.2.3.** Reunidas em consórcio.

**3.3**. Nenhuma licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma proposta.

**3.4.** Para se submeter ao regime especial da Lei Complementar nº 123/2006 e Decreto Municipal nº 49.511/08, a empresa licitante deverá apresentar, além dos documentos exigidos no **item 7** **– DO CREDENCIAMENTO**, os documentos que comprovem sua condição de microempresa ou empresa de pequeno porte.

**3.4.1.** A comprovação da qualificação da licitante como microempresa ou empresa de pequeno porte, será feita mediante apresentação de:

**a)** Ficha de inscrição no CNPJ com indicação desta qualidade;

**b)** Declaração, sob as penas do artigo 299 do Código Penal, subscrita por quem detenha poderes de representação, de que se enquadra na situação de microempresa ou empresa de pequeno porte, nos termos da Lei Complementar nº 123/2006 e Decreto Municipal nº 49.511/08, nos moldes do **Anexo XI – MODELO DE DECLARAÇÃO PARA MICROEMPRESA E EMPRESA DE PEQUENO PORTE** do presente Edital.

**3.4.2.** A falta de documentação comprobatória da qualificação da licitante como microempresa ou empresa de pequeno porte, ou sua imperfeição, não conduzirá ao seu afastamento da licitação, mas tão somente dos benefícios da Lei Complementar nº 123/2006 e Decreto Municipal nº 49.511/08.

**3.5.** A participação nesta Concorrência implica no reconhecimento pelas Licitantes de que conhecem, atendem e se submetem a todas as cláusulas e condições do presente Edital e seus Anexos e aos preceitos legais e regulamentares em vigor, assim como da confirmação que recebeu da Administração o invólucro padronizado previsto no item **4.2** e que se responsabiliza pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

**3.6.** As Concorrentes assumirão todos os custos de preparação e apresentação dos documentos das Propostas de Habilitação exigidos nesta Concorrência, ressalvado que a Secretaria Especial de Comunicação não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

**4. CADERNO DA LICITAÇÃO ENVELOPE PARA O ACONDICIONAMENTO DA VIA NÃO IDENTIFICADA DA PROPOSTA TÉCNICA/CADASTRO DE MEMBROS PARA CONSTITUIÇÃO DA COMISSÃO TÉCNICA**

**4.1.** O Caderno desta Licitação e Anexos estarão á disposição dos interessados no Viaduto do Chá, nº 15 – 6º andar – Centro – SP, na Assessoria Administrativa de Comunicação, até 05 (cinco) dias anteriores à data da 1ª Sessão Pública – Abertura e recebimento dos envelopes nos horários das 09h00 às 12h00 e das 14h00 às 17h00, mas poderão também ser obtidos em formato eletrônico, nesse mesmo local, mediante a entrega, no mesmo ato, de mídia eletrônica (- PEN DRIVE ou HD EXTERNO - CD), ou ainda, via internet no endereço eletrônico da Prefeitura da Cidade de São Paulo – PMSP <http://e-negociosdacidade.prefeitura.sp.gov.br>.

**4.2.** A Secretaria Especial de Comunicação disponibilizará para cada interessado em participar da presente licitação, 01 (uma) unidade de envelope destinada ao acondicionamento da via **não identificada** da **Proposta Técnica** – Plano de Comunicação Publicitária, acompanhado dos exemplos de peças referentes a ideia criativa, devendo o referido invólucro ser retirado no Viaduto do Chá, 15, 6º andar – Centro – SP, na Assessoria Administrativa de Comunicação, até 02 (dois) dias anteriores à data da 1ª Sessão Pública – Abertura e recebimento dos envelopes, nos horários das 9h00 às 12h00 e das 14h00 às 17h00.

**4.3**. O cadastro para participação da Subcomissão Técnica, foi efetuado conforme modelo que constitui o **Anexo X** **– MODELO FICHA CADASTRO,** na Assessoria Administrativa de Comunicação.

**5. INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS**

**5.1.** As informações e esclarecimentos poderão ser obtidos em até 05 (cinco) dias anteriores à data de recebimento dos envelopes, cuja data está informada no item **1.2** do Edital.

**5.1.1.** Os pedidos de informações e esclarecimentos deverão ser formulados por escrito, endereçados protocolados junto a Assessoria Administrativa de Comunicação, situada no Viaduto do Chá nº 15 – 6º andar – Bairro Centro, no horário as 9h00 às 12h00 e das 14h00 às 17h00 ou enviados para o e-mail secom-licitacoes@prefeitura.sp.gov.br;

**5.1.2**. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos exclusivamente mediante divulgação na internet, [http://e-negocioscidadesp.prefeitura.sp.gov.br](http://e-negocioscidadesp.prefeitura.sp.gov.br/), no documento titulado de “Concorrência 002/SECOM/2022”, e devem ser elaborados sem informar a identidade da licitante consulente e de seu representante.

**5.1.3.** A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, termos que possam propiciar a identificação da sua Proposta perante a Subcomissão Técnica, quando do julgamento da via **não identificada** do Plano de Comunicação Publicitária (**Invólucro nº 1**).

**5.1.4.** Às licitantes interessadas cabe acessar assiduamente o referido endereço informado no item 5.1.2, para tomarem conhecimento das perguntas e repostas e manterem-se atualizadas sobre esclarecimentos referentes a este Edital.

**6. IMPUGNAÇÃO AO EDITAL**

**6.1.** Qualquer licitante é parte legítima para apresentar eventuais impugnações do Edital que deverão ser entregues e protocolados na Assessoria Administrativa de Comunicação, localizada no Viaduto do Chá, nº 15 – 6º andar – bairro Centro, no horário das 09h00 às 12h00 e das 14h00 às 17h00 ou através do e-mail: secom-licitacoes@prefeitura.sp.gov.br, no prazo de até 02 (dois) dias úteis antes da data fixada para o recebimento de propostas, a qual deverá ser julgada e respondida antes da abertura do certame, sem prejuízo da faculdade prevista no artigo 113, § 1º, da Lei 8.666/93.

**6.2.** Qualquer cidadão é parte legítima para impugnar o edital desta licitação, devendo protocolar o pedido em até 05 (cinco) dias úteis antes da data fixada para a abertura dos envelopes de habilitação, devendo a Administração julgar e responder à impugnação em até 03 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no § 1º do art. 41 da Lei 8666/93.

**6.3**. Em ambos os casos, admitir-se-à o envio das impugnações mediante SEDEX a ser encaminhado à Presidente da Comissão Especial de Procedimento Licitatório no endereço supra citado, considerando-se os referidos prazos do recebimento da correspondência pela Comissão Especial de Procedimento Licitatório, e não o do envio.

**6.4.** Caberá à Comissão Especial de Procedimento Licitatório, designada para a presente licitação decidir sobre as impugnações e todos os demais atos.

**6.5.** O resultado do julgamento das impugnações será publicado no Diário Oficial da Cidade, Seção Licitações, subseção Governo Municipal – Gabinete do Secretário – Secretário Especial de Comunicação, na modalidade de COMUNICADO.

**6.6.** Acolhida a impugnação contra o instrumento convocatório, poderá ser designada nova data para a realização do certame.

**6.7.** A impugnação feita tempestivamente pela licitante não a impedirá de participar desta Concorrência.

**6.8.** No ato do protocolo da impugnação, será obrigatória a apresentação do CPF ou RG e CNPJ, em se tratando de pessoa jurídica, por documento original ou cópia autenticada.

**6.9.** Os fundamentos do julgamento das impugnações ficarão à disposição dos interessados, que poderão consultar o processo administrativo, mediante solicitação de vistas ao processo SEI n.º 6010.2022/0002859-6.

**7. DO CREDENCIAMENTO**

**7.1.** Os interessados em participar de forma presencial de todos os atos deste certame, deverão, **OBRIGATORIAMENTE**, apresentar, caso não sejam os próprios representantes legais das empresas, indicação e credenciamento de um representante da empresa, com a respectiva qualificação, menção de que lhes são conferidos amplos poderes para a prática de todos os atos inerentes ao certame, conforme **Anexo II – CREDENCIAMENTO REPRESENTANTE LEGAL**.

**7.2.** O credenciamento far-se-á por um dos seguintes meios:

**7.2.1.** Instrumento público de procuração com poderes para praticar todos os atos pertinentes ao certame, em nome da empresa proponente, com prazo de validade em vigor;

**7.2.2**. Instrumento particular de procuração com poderes para praticar todos os atos pertinentes ao certame, em nome da empresa proponente, acompanhado do seu contrato social ou estatuto e, no caso de Sociedades Anônimas, também os documentos de eleição de seus administradores, para efeito de conferência dos poderes do outorgante;

**7.3.** Tratando-se de sócio proprietário, dirigente ou assemelhado da empresa proponente, cópia do respectivo estatuto ou contrato social, no qual estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura, e no caso de Sociedade Anônima, também deverá estar acompanhado de documentos de eleição de seus Administradores.

**7.4.** A apresentação do contrato/estatuto social a que se referem os subitens **7.2.2** e **7.3**, dispensa a sua inclusão no Envelope nº 05 - Documentação de Habilitação.

**7.4.1**. Os documentos poderão ser apresentados no original ou por qualquer processo de cópia autenticada e serão retidos, pela Comissão para oportuna juntada no processo administrativo pertinente à licitação.

**7.5.** Juntamente com os documentos de credenciamento deverá ser entregue a Declaração de Pleno Atendimento aos Requisitos de Contratação – **Anexo IV DECLARAÇÃO DE PLENO ATENDIMENTO AOS REQUISITOS DE CONTRATAÇÃO**.

**7.6**. O ato de credenciamento ocorrerá no início da sessão pública prevista no item **1.2**.

**7.7**. No decorrer do processo licitatório será permitida a substituição do representante da empresa anteriormente cadastrado, mediante a apresentação, em qualquer Sessão Pública, dos documentos solicitados acima.

**7.8.** A ausência do documento hábil de representação não impedirá o representante de participar da licitação, mas ele ficará impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento licitatório.

**8. DO PRAZO**

**8.1.** O prazo para a prestação dos serviços será de 12 (doze) meses, contados a partir da data da assinatura do Contrato, podendo ser prorrogado por iguais ou menores períodos, observado o limite fixado em Lei.

**9. CRONOGRAMA**

**9.1.** O cronograma de desembolso da presente licitação será efetuado na medida em que forem realizadas as campanhas publicitárias determinadas pela Secretaria Especial de Comunicação, sempre observada a disponibilidade orçamentária, bem como o limite contratual previsto no **Item 22 – RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS** do presente edital, passível de aditamento, nos termos do § 1º do art. 65 da Lei Federal 8.666/93.

**10. DA FORMA DE CONSTITUIÇÃO DA SUBCOMISSÃO DE JULGAMENTO TÉCNICO**

**10.1**. As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica constituída por 3 (três) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que 1 (um) dos membros, doravante denominado, **CONVIDADO**, não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a **PREFEITURA DE SÃO PAULO**.

**10.1.1.** 02 (dois) dos integrantes da Subcomissão Técnica serão profissionais das áreas de Comunicação, Publicidade ou Marketing, atuantes na equipe da Secretaria Especial de Comunicação da PMSP.

**10.2.** A escolha dos membros da Subcomissão Técnica, através de sorteio, em Sessão Pública entre os nomes de uma relação com, no mínimo, 09 (nove) nomes previamente cadastrados, dos quais 3 (três) de convidados sem nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto com a PREFEITURA DE SÃO PAULO e 6 (seis) de profissionais atuantes na equipe da Secretaria Especial de Comunicação.

**10.2.1.** Os candidatos da Subcomissão Técnica sem nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto com a PREFEITURA DE SÃO PAULO, convidados através de correspondência formal encaminhada pela Presidente da Comissão Especial de Procedimento Licitatório, nos termos do **Anexo IX – MODELO CARTA CONVITE**.

**10.2.2.** Todos os candidatos da Subcomissão Técnica, convidados ou designados, devem estar cadastrados pela Assessoria Administrativa de Comunicação, mediante o preenchimento do **Anexo X – MODELO FICHA DE CADASTRO**.

**10.3.** Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da Sessão de recebimento e abertura dos envelopes com as propostas Técnica e Comercial.

**11. PROPOSTA TÉCNICA, PROPOSTA COMERCIAL E DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO**

**11.1.** As licitantes deverão entregar no dia e hora fixados no Preâmbulo deste Edital, os 04 (quatro) envelopes contendo:

 **11.1.1. ENVELOPE Nº 01** – **PROPOSTA TÉCNICA**: deverá conter o Plano de Comunicação Publicitária não identificado e os exemplos de peças referentes à ideia criativa. O envelope nº 01 (fornecido pela Secretaria Especial de Comunicação) deverá estar sem fechamento e sem nenhum tipo de identificação em sua parte externa, como marca, sinal, etiqueta, rubrica ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação. O mesmo envelope não deverá estar danificado ou deformado pelas peças, material e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a tornar visível sua diferenciação das demais, o que identificará a licitante no ato de sua entrega.

**11.1.1.1.** Ocorrendo alguma das situações previstas no item anterior, o Envelope nº 1 e os demais envelopes desta licitante não serão recebidos pela comissão.

**11.1.2. ENVELOPE Nº 02**: deverá ser opaco, no sentido de evitar que se visualize o seu conteúdo, lacrado, identificado com a denominação social e o cadastro no CNPJ/MF da Licitante e os seguintes dizeres: **ENVELOPE Nº 2 – PROPOSTA TÉCNICA – CONCORRÊNCIA Nº 002/SECOM/2022, PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE PARA ELABORAÇÃO DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS PARA INCENTIVAR OS TURISMOS DE NEGÓCIOS, SAÚDE E LAZER NA CIDADE DE SÃO PAULO,** devendo conter a via identificada do Plano de Comunicação Publicitária, que conterá o mesmo teor da via não identificada, com exceção dos exemplos de peças referentes à ideia criativa.

**11.1.3. ENVELOPE Nº 03**: deverá ser opaco, lacrado, identificado com a denominação social e o cadastro do CNPJ/MF da Licitante e os seguintes dizeres: **ENVELOPE Nº 3 – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES – CONCORRÊNCIA Nº 002/SECOM/2022, PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE PARA INCENTIVAR OS TURISMOS DE NEGÓCIOS, SAÚDE E LAZER NA CIDADE DE SÃO PAULO**, que conterá a Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação, pertinentes à licitante, conforme previsto no Edital.

**11.1.4. ENVELOPE Nº 04 – PROPOSTA COMERCIAL**: deverá ser entregue em envelope opaco, lacrado com a denominação social e CNPJ/MF da Licitante e os seguintes dizeres: **ENVELOPE Nº 4 – PROPOSTA COMERCIAL – CONCORRÊNCIA Nº 002/SECOM/2022, - PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE PARA ELABORAÇÃO DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS PARA INCENTIVAR OS TURISMOS DE NEGÓCIOS, SAÚDE E LAZER NA CIDADE DE SÃO PAULO**, devendo conter a planilha de preços sujeitos a valoração e declaração da licitante conforme previsto no Edital.

**11.1.5. ENVELOPE Nº 05 – DOCUMENTAÇÃO PARA HABILITAÇÃO** – Apenas as Licitantes classificadas deverão entregá-lo, em sessão pública ainda a ser marcada em envelope opaco, lacrado, com a denominação social da Licitante e os seguintes dizeres: **ENVELOPE Nº 05 – DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO – CONCORRÊNCIA Nº 002/SECOM/2022 - PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE PARA ELABORAÇÃO DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS PARA INCENTIVAR OS TURISMOS DE NEGÓCIOS, SAÚDE E LAZER NA CIDADE DE SÃO PAULO**

**DOS ENVELOPES Nº 01,02 E 03 – “PROPOSTA TÉCNICA”**

**11.2. Envelope nº 01 – PROPOSTA TÉCNICA**: deverá ser entregue o Plano de Comunicação Publicitária, sem a identificação da licitante com respectivos anexos, ou seja, os exemplos de peças, impressos, leiautes ou gravados em Pen Drive, a serem elaborados a partir dos critérios estabelecidos a seguir:

**11.2.1.** **O Plano de Comunicação Publicitária –** será elaborado com base no **Anexo I – BRIEFING**, em caderno único, a não ser os exemplos de peças, que virão soltos no envelope nº 1, o qual compreenderá os seguintes elementos:

**11.2.1.1.** **Raciocínio Básico**: texto em que a licitante apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da PREFEITURA DE SÃO PAULO, sua compreensão sobre o objeto da licitação e principalmente sobre os problemas específicos de comunicação – geral e específicos – a ser enfrentado, consoante o descrito no **Anexo I – BRIEFING.**

**11.2.1.2.** **Estratégia de Comunicação Publicitária**: texto em que a licitante discorrerá as linhas gerais da proposta para suprir os problemas específicos de comunicação a ser enfrentados – geral e específicos – e alcançar os objetivos de comunicação desejados pela PREFEITURA DE SÃO PAULO, em que:

**11.2.1.2.1.** Apresentará e defenderá o partido temático e o conceito que, de acordo com o seu raciocínio básico, deve fundamentar a proposta de solução dos problemas específicos de comunicação da PREFEITURA DE SÃO PAULO.

**11.2.1.2.2.** Explicitará e defenderá os principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida, especialmente ”o que dizer”, “a quem dizer”, “como dizer”, “quando dizer” e “quais instrumentos, ferramentas e meios de comunicação utilizar”.

**11.2.1.3.** **Ideia Criativa**: A licitante apresentará o conteúdo criativo da campanha, observadas as seguintes disposições:

**11.2.1.3.1.** Exporá no caderno único do Plano de Comunicação Publicitária a relação de todas as peças e/ou materiais e/ou ações que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação, delineados no subitem **11.2.1.2.**, com textos sobre cada peça ou material.

**11.2.1.3.2.** Da relação prevista no subitem anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e/ou materiais e/ou ações que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução dos problemas específicos de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária, limitados a 10 (dez) exemplos, independentemente dos meios de divulgação, dos tipos ou características das peças e/ou materiais.

**11.2.1.3.3.** Se a campanha proposta pela licitante previr um número de peças e/ou materiais e/ou ações superior ao que pode ser corporificado como exemplos, seguindo o que determina o subitem **11.2.1.3.2** acima, a relação prevista no subitem **11.2.1.3.1** deverá ser elaborada em duas partes: uma para as peças e/ou materiais e/ou ações apresentados como exemplos e outra para o restante das peças que compõem a campanha.

**11.2.1.3.4.** Os textos sobre cada peça e/ou material e/ou ação de comunicação mencionados no subitem **11.2.1.3.1** acima, estão delimitados à especificação de cada peça e/ou material, ao seu roteiro e à explicitação das funções táticas que se propõe para cada peça e/ou material.

**11.2.1.3.5.** Os exemplos, apresentados, soltos no envelope, podem ser sob a forma leiaute, em Pen Drive, com as seguintes características:

**a)** os Filmes de TV e cinema serão apresentados sob forma story-board impresso, não podendo ser sob a forma de story-board animado ou animatic;

**b)** os spots e jingles de rádio serão apresentados sob forma de protótipo ou monstro, com duração do indicado na especificação da peça;

**c)** os anúncios de mídia impressa devem ser em leiaute;

**d)** os anúncios de internet em Pen Drive, nos formatos universais de pdf, jpg, html, mpeg e swf, limitadas a imagem em fotos ou formadas por animações estáticas, sem a inclusão de vídeos ou de imagens captadas em movimento;

**e)** existindo peças e/ou material de não mídia, somente estes podem ser apresentados em exemplos finalizados, prontos para distribuição;

**f)** as peças apresentadas em Pen Drive, devem ser compatíveis para serem vistas e/ou ouvidas por meio de computadores;

**g)** as ações de comunicação devem prescrever unicamente nos dois termos definidos no item **2.2** do edital – o objeto desta contratação: **(i)** a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens em consonância com novas tecnologias se atendidas as prescrições estabelecidas para ações publicitárias contratadas (como as instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículos de comunicação e de ações de *seeding*, aplicativos e *flash mob* nas redes sociais) e o desenvolvimento, implantação e acompanhamento de ações diretas de comunicação, que estejam inseridas e sejam pertinentes no contexto de uma campanha publicitária (como blitz, promotoras e intervenções urbanas, desde que venham a atender os requisitos estabelecidos na lei “Cidade Limpa”).

**g-1)** as ações de comunicação deverão ser apresentadas de forma story-board impresso, não podendo ser sob a forma de story-board animado ou animatic.

**11.2.1.3.6.** No computo das 10 (dez) peças que podem ser fisicamente apresentadas, devem ser observadas as seguintes regras:

**a)** as reduções e variações de formato serão consideradas como peças (nas Estratégias de Comunicação e de Mídia e Não Mídia podem ser inclusas como peças adicionais e constar da relação prevista no item **11.2.1.3.1**);

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

**c)** o anúncio composto de páginas sequenciais será considerado uma peça, desde que a mensagem deste anúncio seja entendida pela leitura e observação de todas as suas páginas. Ocorrendo o contrário, cada parte que possa ser dividida, em vista de sua mensagem que se completa antes da página final, será considerada como uma peça;

**d)** um anúncio para *tablets* e similares com mais de uma página será considerado uma peça, com as suas características de apresentação definidas na alínea ***d*** do subitem **11.2.1.3.5**;

**e)** adesivagem de *fingers* e seus acessórios será considerada uma peça, se de fato houver a transmissão de uma única mensagem;

**f)** um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados uma peça. No entanto deverá ser observado as suas características de apresentação, definidas na alínea ***d*** do subitem **11.2.1.3.5**. acima;

**g)** um *banner e o hotsite* para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

**h)** as peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, com ou sem suporte e ou passe-partout (moldura), observado a limitação da espessura do envelope nº1;

**i)** peças em laiaute que não se ajustam às dimensões do envelope nº 1 podem ser apresentadas dobradas, observado a limitação de espessura do envelope nª 1;

**11.2.1.3.7**. Cada peça e/ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos; cartaz, filme, TV, spot rádio, anúncio revista, ‘monstro’ de internet) destinada a facilitar o cotejo pelos integrantes da Subcomissão Técnica com a relação prevista no subitem **11.2.1.3.1**.

**11.2.1.3.8.** A liberdade na forma de execução de peças, expressos nos subitens **11.2.1.3.5** e **11.2.1.3.6** é limitada pelo envelope cedido pela Secretaria Especial de Comunicação e pela observância do mesmo não se deformar pela dimensão das peças que venha a conter a relação das peças ou materiais e ações de comunicação.

**11.2.1.4**. **Estratégia de Mídia e Não Mídia** – constituída de:

**11.2.1.4.1**. Texto em que, de acordo com as premissas do Briefing, a licitante demonstrará capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha (permitida a inclusão de tabelas e gráficos), com a recomendação de Estratégia e Táticas de Mídia e Não Mídia, consonantes com a Estratégia de Comunicação Publicitária delineada pela licitante.

**11.2.1.4.2**. Planilha de simulação de plano de distribuição de todas as peças e/ou materiais e/ou ações de comunicação da proposta de campanha e da Estratégia de Mídia e Não Mídia adotada, que integram a relação prevista no subitem **11.2.1.3.1** acima, acompanhada de tabelas, planilhas e texto, e se necessário, com a explicação das premissas adotadas e suas justificativas. Da simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre pelo menos:

**a)** o período de veiculação e as quantidades de inserções das peças:

**b)** os valores (absoluto e percentual) dos investimentos alocados em mídia separados por meios;

**c)** os valores (absoluto e percentual) alocados na execução técnica (finalização com fornecedores especializados) de cada peça destinada a veículos de divulgação, na produção e distribuição de materiais de não mídia e na execução das ações de comunicação;

**d)** as quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não mídia.

**11.2.1.4.3**. Nessa simulação tem os seguintes pressupostos:

**a)** os preços das inserções em veículos de comunicação são os de tabela cheia, vigentes na data de publicação deste Edital, a ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação;

**b)** ser desconsiderados os custos internos e honorários sobre os serviços especializados de produção de peças de divulgação, de peças e materiais de não mídia e das ações de comunicação;

**c)** no cálculo da alocação dos valores para a simulação do plano de Mídia e Não Mídia, a licitante utilizará como referencial a verba de **R$ 6.500.000,00 ( seis milhões e quinhentos mil reais**). Fica a critério da licitante a definição do período de veiculação e dos meios a serem considerados na simulação, observados os condicionantes impostos no **Anexo I - BRIEFING**;

**d)** As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do sub quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia podem ter fontes e tamanhos de fontes habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores:

**e)** as planilhas da simulação do plano e as programações dos meios podem estar em formato paisagem.

**11.2.1.4.4**. Considera-se para esta Concorrência como Não Mídia, os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a emissão da mensagem publicitária, não cabendo neste caso o desconto de Agência pela veiculação.

**11.2.1.5**. A elaboração do Plano de Comunicação Publicitária – Via não identificada deverá obedecer as seguintes regras:

**11.2.1.5.1**. É vedada a aposição, a qualquer parte do caderno e das peças avulsas de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu Proponente antes da abertura de que trata o item **11.1.2**.

**11.2.1.5.2**. A autoria dos trabalhos só será conhecida na abertura dos envelopes que contém a via identificada do plano de comunicação publicitária, após o julgamento dos trabalhos pela Subcomissão Técnica.

**11.2.1.5.3**. O caderno do Plano de Comunicação Publicitária deverá ser elaborado desta forma:

**a)** os textos do Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária e a relação de peças prevista no subitem **11.2.1.3.1** estão limitadas a 10 (dez) páginas;

**b)** em papel branco A4, com 75gr/m² a 90gr/m², orientação retrato;

**c)** com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior da página da mesma fonte e formato dos textos;

**d)** em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;

**e)** capa e contracapa em papel A4, branco, com 75rg/m² à 90gr/m², ambas em branco;

**f)** sem identificação da licitante;

**g)** não serão computados no limite de páginas estabelecido na alínea ***a*** supra as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos de cada quesito;

**h)** os textos da estratégia de Mídia e Não Mídia e de suas tabelas, gráficos e planilhas não tem limitação quanto ao número de páginas, mas cabe as licitantes atentarem especialmente para o disposto no item **11.1.1** supra no que toca a conteúdos que venham a deformar o envelope nº 1.

**11.2.1.5.4.** Os textos do Plano de Comunicação Publicitária deverão obedecer estas regras:

**a)** fonte ‘arial’, estilo ‘normal’, tamanho 12 (doze) pontos, cor ‘automático’;

**b)** com espaçamento simples e margens de 2 cm à direita e à esquerda, a partir da borda;

**c)** não há óbice que se insira nos textos, tabelas ou gráficos, que poderão ser coloridos nos quesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária, mas se feitos, os mesmos serão computados no limite de 10 (dez) páginas.

**11.2.1.6**. A critério da **PREFEITURA DE SÃO PAULO** os exemplos de peças publicitárias da proposta vencedora poderão ou não ser produzidos e veiculados, com ou sem modificações, na vigência do contrato a ser celebrado em decorrência desta licitação.

**11.3. O ENVELOPE Nº 02 – PROPOSTA TÉCNICA** – Deverá conter a via identificada do Plano de Comunicação Publicitária e ter o mesmo teor da via não identificada, com exceção dos exemplos de peças referentes à ideia criativa, que não precisam ser colocadas neste invólucro.

**11.3.1.** A via identificada deverá ser impressa em papel que identifique a licitante, com vistos em todas as páginas e inclusa uma página, a última, com data, nome e assinatura do representante credenciado para esta licitação.

**11.4.** **O ENVELOPE Nº 03 -** deverá conter o CONJUNTO DE INFORMAÇÕES – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções relativos a cada licitante, conforme segue:

**11.4.1** – Capacidade de Atendimento: Consiste em documento constituído de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meio dos quais a licitante apresentará:

 **11.4.1.1.** A relação nominal de seus clientes à época da licitação, com a especificação de tempo de atendimento de cada um deles.

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

**11.4.1.3**. As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que manterá à disposição da execução do contrato, em caráter prioritário.

**11.4.1.4**. A sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pela Licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração do plano de mídia.

**11.4.1.5**. A discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regulamente à disposição da **PREFEITURA DE SÃO PAULO**, sem ônus adicional, durante a execução do contrato.

**11.4.1.6**. O documento Capacidade de Atendimento não tem limites de páginas, nem fontes e tamanhos de fontes definidos, e podem ser impressos em papel A4 ou A3 dobrado, ou em outro tamanho de papel, desde que sejam compatíveis para uma boa leitura, assim como, sejam pertinentes aos quesitos solicitados.

**11.4.1.7**. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem **11.4.1** não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

**11.4.2.** **Repertório**: consiste o documento de peças e/ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante, sem limitação de páginas.

**11.4.2.1**. Deverão ser apresentadas 10 (dez) peças ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

**11.4.2.2**. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas preferencialmente em Pen Drive, compatíveis ao uso em computador.

**11.4.2.3**. Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem **11.4.2.1**, sua pontuação máxima neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação de regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista neste quesito.

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

**11.4.2.5**. As peças e/ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela **PREFEITURA DE SÃO PAULO e a seus órgãos da administração indireta.**

**11.4.2.6**. As peças que fizerem parte do Repertório da licitante devem ser as que foram veiculadas ou exibidas há não mais que 05 (cinco) anos.

**11.4.2.7**. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem **11.4.2** poderá ser editada em papel A3 dobrado.

**11.4.2.8**. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem **11.4.2**, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

**11.4.2.9**. 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 que possibilite a identificação da autoria destes antes da abertura do Invólucro nº 2.

**11.4.3**. **Relatos de Soluções para Desafios de Comunicação**: consiste no documento em que a Licitante deverá apresentar:

**11.4.3.1**. 02 (dois) “cases stories” sob a forma de texto com o descritivo dos desafios enfrentados, das soluções encontradas e dos resultados alcançados. Os “cases stories” deverão ser apresentados em folhas tamanho A4, com até 02 (duas) laudas cada um, fonte Arial, corpo 12 (doze), espaçamento simples entre linhas e margens de 2 cm à direita e à esquerda, a partir da borda. Cada “case story” poderá ser acompanhado de até 5 (cinco) peças publicitárias. Também deverá ser anexada a carta emitida pelo cliente atendido nos cases relatados, comprovando a eficácia a estratégia relatada.

**11.4.3.2**. Os relatos não podem referir-se a trabalhos solicitados pela **PREFEITURA DE SÃO PAULO** e de seus órgãos da administração indireta, como devem relatar casos ocorridos há não mais de 05 (cinco) anos.

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

**1.4.3.4**. Se a licitante apresentar apenas 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade da pontuação máxima prevista para este quesito.

**11.4.3.5**. As peças publicitárias de cada “case story”, em até 05 (cinco) por cada relato, deverão ser incluídas:

**a)** as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em Pen Drive;

**b)** as peças gráficas poderão integrar o documento específico previsto no subitem **11.4.3** em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

**c)** Para cada peça e/ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuserem a resolver.

**11.4.4**. Cada um dos quesitos do Conjunto de Informações deve ser apresentado em documento separado, ou seja, as licitantes devem preparar separadamente as informações de Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos.

**11.5. ENVELOPE Nº 04 – PROPOSTA COMERCIAL**

**11.5.1**. A Proposta Comercial deverá contemplar os seguintes documentos:

**11.5.1.1**. Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, a ser preenchida apenas com as informações constantes do **Anexo III – PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO**.

**11.5.1.2**. **Declarações** nas quais a licitante:

**11.5.1.2.1**. Estabelecerá os percentuais máximos a serem pagos pela **PREFEITURA DE SÃO PAULO**:

**11.5.1.2.2**. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela **PREFEITURA DE SÃO PAULO** em relação ao valor original **dos direitos** **patrimoniais** de autor e conexos, será de no máximo 70% (setenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples:

O valor inicialmente contratado antes da aplicação do percentual definidos nos subitem **11.5.1.2.2** poderá ser reajustado tendo em tal caso, no máximo a variação do Índice de Preços ao Consumidor (IPC/FIPE) desde que decorridos pelo menos 01 (um) ano da cessão original dos direitos.

**11.5.1.2.3**. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso **de obras consagradas** incorporadas a essas peças a ser pago **pela PREFEITURA DE SÃO PAULO** aos detentores de direitos patrimoniais do autor e conexos dessas obras, será de no máximo 70% (setenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

O valor inicialmente contratado, antes de aplicação do percentual definido no subitem **11.5.1.2.3** poderá ser reajustado tendo em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorridos 01 (um) ano da cessão original dos direitos.

**11.5.1.3**. **Tratará da questão dos direitos autorais, estabelecendo**:

**11.5.1.3.1**. A cessão, total ou definitiva, dos direitos patrimoniais pertencentes a agência, à **PREFEITURA DE SÃO PAULO** de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do Contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do Contrato.

**11.5.1.3.2**. O compromisso de em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros – solicitar de cada terceiro que vier a ser contratado 02 (dois) orçamentos para a execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo ilimitado e outro de cessão por 5 (cinco) anos de tais direitos, para que a **PREFEITURA DE SÃO PAULO** escolha uma das opções.

**11.5.1.3.3**. Que nos casos de cessão de direitos por tempo limitado, condicionará a contratação de serviços com terceiros por período mínimo de 06 (seis) meses e que utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão.

**11.5.1.3.4**. O compromisso – quando a **PREFEITURA DE** **SÃO PAULO** optar pela execução dos serviços com cessão por 5 (cinco) anos – de fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros, para a produção de peças e a apresentação de outros serviços, cláusulas descritas que:

**11.5.1.3.5**. Explicitem a cessão por este período, por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, produção e direção, a composição, arranjo e execução de trilha sonora, as matizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados.

**11.5.1.3.6**. Que considerará como já incluída no custo de produção qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos, por tempo limitado de no mínimo 06 (seis) meses.

**11.5.1.3.7**. O compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os custos ou cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s) incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos.

**11.5.1.3.8**. O compromisso de fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com terceiros, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e outras, que não impliquem direitos de uso de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo que à **PREFEITURA DE SÃO PAULO** serão entregues três cópias em Pen Drive de todo o material produzido.

**11.5.1.3.9**. A cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material à **PREFEITURA DE SÃO PAULO**, que poderá a seu juízo, utilizar referidos direitos, durante a vigência do Contrato a ser firmado e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

**11.5.1.3.10**. Que qualquer remuneração devida em decorrência dessa cessão será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

**11.5.1.3.11**. O compromisso de sempre negociar as melhores condições de preços, até os percentuais máximos constantes das declarações pertinentes e referidas neste Edital, para os direitos de imagem e som da voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas nos casos de reutilizações de peças publicitárias da **PREFEITURA DE SÃO PAULO.**

**11.5.1.3.12**. Garantirá a transferência à **PREFEITURA DE SÃO PAULO** de toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e a fornecedores.

**11.5.1.3.13**. Informará a qualificação do preposto autorizado a firmar o contrato – nome completo, CPF, Carteira de Identidade, Estado Civil e Nacionalidade.

**11.5.1.3.14**. A declaração de que o prazo para pagamento dos serviços, quando devidos, será de 15 (quinze) dias após a data de conclusão dos mesmos, de acordo com a Portaria SF nº 170 de 31 de agosto de 2020, Art. 4º § 1º, com redação dada pela Portaria SF nº 10 de 22 de janeiro de 2022, e desde que as Notas Fiscais/Fatura competentes tenham sido entregues à **PREFEITURA DE SÃO PAULO.**

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

**11.5.1.3.16**. A não explicitação de qualquer despesa necessária à perfeita realização do serviço será interpretada como já incluída no preço, não podendo a licitante pleitear acréscimo após a abertura das propostas e durante a execução contratual.

**11.6. ENVELOPE Nº 05 – DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO**

O envelope de habilitação deverá conter:

**11.6.1. Habilitação Jurídica**

**11.6.1.1**. Registro Comercial, no caso de empresa individual;

**11.6.1.2**. Estatuto ou Contrato Social em vigor, registrado na Junta Comercial, em se tratando de Sociedade Empresarial e, no caso de Sociedade por Ações, acompanhado por documentos de eleição de seus administradores;

**11.6.1.3**. Ato Constitutivo registrado no Registro Civil de Pessoas Jurídicas, em se tratando de Sociedade Simples, acompanhada de prova da Diretoria em exercício;

**11.6.1.4**. Decreto de autorização em se tratando de empresas ou sociedade estrangeira em funcionamento no país e ato de registro de autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, caso a atividade assim o exigir.

**11.6.2. Qualificação Técnica**

**1.6.2.1**. Certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei Federal nº 12.232/2010, Artigo 4º e seu § 1º, obtido perante o Conselho Executivo de Normas Padrão (CENP) ou perante entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das conduções técnicas de agências.

**11.6.3. Qualificação Econômico-Financeira**

**11.6.3.1**. Prova de ter a Licitante, Patrimônio Líquido mínimo equivalente a R$ 600.000,00 (seiscentos mil reais).

**11.6.3.2**. A comprovação do Patrimônio Líquido deverá ser efetuada por meio dos dados constantes do último balanço patrimonial já exigível e apresentada, na forma da lei, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios.

**11.6.3.3**. Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis na forma prevista da lei, vedada a substituição por Balancetes ou Balanços Provisórios.

**11.6.3.3.1**. As licitantes obrigadas ao SPED – Sistema Público de Escrituração Digital obrigam-se a apresentar o Balanço patrimonial impresso pelo sistema, devidamente validado, do ano base exigível pela lei.

**11.6.3.3.2**. Para avaliar a situação financeira da licitante será utilizado o Quociente de liquidez, o qual será calculado pela fórmula a seguir indicada:

Quociente Liquidez Corrente = Ativo Circulante = ou maior que 1 (um)

 Passivo Circulante

**11.6.3.3.3**. A inobservância do índice de liquidez acima acarretará da licitante apresentar um Patrimônio Líquido de **R$ 1.200.000,00** (um milhão e duzentos mil reais) nos demonstrativos contábeis a ser apresentados nos subitens **11.6.3.3** ou **11.6.3.3.1**.

**11.6.3.4**. Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943.

**11.6.3.5**. O patrimônio líquido mínimo exigido no subitem **11.6.3.1**., é independente da avaliação do índice de liquidez estipulado no subitem **11.6.3.3.2**. Ou seja, a licitante sob todas as hipóteses deve apresentar um patrimônio líquido mínimo de R$ 600.000,00 (seiscentos mil reais).

**11.6.3.6**. Certidão Negativa de Falência, expedida pelo Distribuidor da sede da pessoa jurídica, em data não superior a 60 (sessenta) dias da data da abertura do certame, se outro prazo não constar do documento.

**11.6.4. Regularidade Fiscal**

**11.6.4.1**. Prova de Inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ).

**11.6.4.2**. Cadastro de Contribuintes Estadual e/ou Municipal do domicilio/sede da Licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objetivo do certame.

**11.6.4.3**. Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos aos Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida pela Receita Federal do Brasil.

**11.6.4.4**. Certidão de Regularidade com a Fazenda Estadual, pertinente ao seu ramo de atividade e relativo aos tributos relacionados com o objeto a ser contratado.

**11.6.4.5**. Certidão Negativa de Tributos Mobiliários, relativo ao Município de São Paulo, ou do Município onde a licitante está registrada como contribuinte.

**11.6.4.5.1**. Caso a licitante não esteja cadastrada como contribuinte neste Município, deverá apresentar Declaração, firmada por representante legal, sob as penas da Lei, do não-cadastramento e de que nada deve á Fazenda do Município de São Paulo, relativamente aos tributos mobiliários – **Anexo XI – MODELO DE DECLARAÇÃO PARA MICROEMPRESA E EMPRESA DE PEQUENO PORTE**.

**11.6.4.6**. Certidão Negativa de Débitos relativos às Contribuições Previdenciárias e às de Terceiros – CND.

**11.6.4.7**. Certificado de Regularidade do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS.

**11.6.5. Declarações**

**11.6.5.1**. Declaração de Inexistência de fatos Impeditivos, conforme **Anexo V – DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATOS IMPEDITIVOS**.

**11.6.5.2**. Declaração do cumprimento do disposto no inciso XXXIII do Artigo 7º da Constituição Federal, conforme **Anexo VI – DECLARAÇÃO DO CUMPRIMENTO DO DISPOSTO NO INCISO XXXIII DO ARTIGO 7° DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL**.

**11.6.6**. Em caso de isenção ou não incidência de tributos, a Licitante deverá apresentar certidão comprobatória do órgão competente.

**11.6.7**. Os documentos cujo prazo de validade não esteja especificado no próprio corpo, em dispositivo legal ou neste Edital, terão validade de 90 (noventa) dias da data de sua expedição.

**11.6.8**. Os referidos documentos poderão ser apresentados no original, por qualquer processo de cópia autenticada, por cartório competente ou por publicação em órgão da Imprensa Oficial.

**11.6.9**. Todos os documentos expedidos pela empresa, em papel timbrado, deverão ser subscritos por seu representante legal, devidamente qualificado (nome, RG e endereço).

 **11.6.10**.Os invólucros das licitantes inabilitadas ficarão à disposição das respectivas interessadas por 30 (trinta) dias, contados do encerramento da licitação. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, a Comissão Especial de Licitação providenciará sua destruição.

**12. SESSÕES PÚBLICAS**

**12.1**. A Comissão se reserva o direito de alterar as datas ou as pautas das reuniões, ou mesmo, de suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

**12.2**. Os questionamentos a serem consignados em ata deverão ser apresentados **por escrito**, **pelos representantes legais das licitantes**, até o final de cada sessão.

**12.3**. A sessão de sorteio dos integrantes da Subcomissão Técnica, obedece a seguinte pauta:

**12.3.1**. Leitura da relação de nomes cadastrados para sorteio, publicada no Diário Oficial do Município com 10 (dez) dias de antecedência à data da sessão.

**12.3.2**. Inserção de papeletas contendo 1 (um) nome em cada uma, em uma urna vazia.

**12.3.3.** Retirada aleatória de três papeletas contendo cada qual, um nome cadastrado.

**12.3.4**. O sorteio é processado de modo a garantir o preenchimento das 3 (três) vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo, direto ou indireto, com a **PREFEITURA DE SÃO PAULO**, ou seja, 2 (dois) membros foram sorteados dentre aqueles indicados pela Secretaria Especial de Comunicação e 1 (um) membro foi sorteado dentre aqueles convidados.

**12.4**. A segunda sessão – Recebimento das Propostas Técnica e Comercial, a realizar-se-á no dia, hora e local indicado no item **1.2** deste edital, terá a seguinte pauta:

**12.4.1**. A Comissão irá credenciar os licitantes, conforme previsão do **item 7 – DO CREDENCIAMENTO**.

**12.4.2**. Receberá os Envelopes nº 1 – Proposta Técnica, nº 2 – Proposta Técnica Identificada, nº 3 – Conjunto de Informações e nº 4 – Proposta Comercial, bem como o **Certificado de Qualificação Técnica** fora de quaisquer envelopes.

**12.4.2.1**. Após o encerramento do prazo para recebimento dos ENVELOPES na sessão pública, será declarado pela Comissão Especial de Procedimento Licitatório que nenhum outro envelope, documento ou embalagem será recebido.

**12.4.2.2**. A Comissão, após a conferência externa dos Envelopes de nº 1, a fim de verificar que não há quaisquer elementos que os identifique, e depois de emaranhá-los, irá proceder a abertura dos mesmos, que conterá a via não identificada da Proposta Técnica (Plano de Comunicação Publicitária) que, após rubricada pela Comissão e Licitantes, serão acondicionados de novo aos seus envelopes padronizados para serem encaminhados à Subcomissão Técnica para julgamento.

**12.4.2.2.1.** Na ocorrência das situações previstas no subitem **11.1.1** do Edital (situações de identificação da Licitante), a Comissão Especial de Procedimento Licitatório procederá conforme determina o item **11.1.1.1**.

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

**12.4.2.3**. Na continuidade da sessão pública, a Comissão procederá com a abertura do Envelope nº 3 (via identificada) da Proposta Técnica – Conjunto de Informações, para os vistos dos membros da Comissão e Licitantes e depois, devidamente separados e acondicionados, aguardar-se-ão o seu envio para a Subcomissão técnica de julgamento.

**12.4.2.4**. Na continuidade da reunião,,a Presidente da Comissão Especial de Procedimento Licitatório solicitará das licitantes que rubriquem o fecho dos envelopes nº 02 e 04, que permanecerão invioláveis e sob a guarda e responsabilidade da Comissão Especial de Procedimento Licitatório até a data da sessão pública de identificação das proponentes dos resultados do julgamento procedidos pela Subcomissão Técnica (no caso do envelope nº 2) e da data de da sessão de abertura da Proposta de Preços (no caso do envelope nº 4). Esta primeira sessão encerrar-se-á com a impressão da ata de assinatura dos presentes.

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

**12.4.2.6**. A Comissão Especial de Procedimento Licitatório e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão, no interesse da SECOM, relevar omissões puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência.

**12.4.2.7**. A Comissão Especial de Procedimento Licitatório não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros nº 1, nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

**12.4.2.8**. Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão de Especial de Procedimento Licitatório na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem **12.5** e seguintes.

**12.4.2.9**. Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão Especial Procedimento Licitatório, pertinentes à primeira sessão, esta divulgará a ata da sessão na forma do item **18 – DIVULGAÇÃO DO RESULTADO**, abrindo-se prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no item **17 – DOS RECURSOS**.

**12.5**. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Procedimento Licitatório, adotará os seguintes procedimentos:

**12.5.1**. O Envelope nº 01 (via não identificada) da Proposta Técnica será enviado para análise e avaliação pelos membros da Subcomissão Técnica. A conclusão desta fase será apresentada em Relatório Técnico de Análise das Propostas contendo a análise estrita aos aspectos e aos critérios apresentados neste edital.

**12.5.2**. Recebido o Relatório de Análise das Propostas referentes ao Envelope nº 01, a Comissão Especial de Procedimento Licitatório providenciará o envio do envelope nº 03 da Proposta Técnica – Conjunto de Informações, para análise e avaliação pelos membros da Subcomissão Técnica. A conclusão desta fase será apresentada em relatório técnico de Análise das Propostas contendo a análise estrita aos aspectos e aos critérios apresentados neste Edital.

**12.6**. A Proposta Técnica será analisada e avaliada individualmente pelos membros da Subcomissão técnica em sessões fechadas, obedecendo estes procedimentos:

**12.6.1**. Será submetido para análise e avaliação, em primeiro lugar, o Plano de Comunicação Publicitário não identificado, referente às propostas recebidas e encaminhadas pela Comissão Especial de Procedimento Licitatório. A análise e pontuação será individual, obedecendo-se os critérios fixados no Edital.

**12.6.2**. Após a conclusão da pontuação individual, a Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório.

**12.6.3**. No caso de persistirem as diferenças de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo de licitação.

**12.6.4**. No caso de haver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, ate que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do envelope nº 2, o que resultará na sua desclassificação imediata.

**12.6.5**. Concluídos todos os procedimentos descritos acima, será preparado o Relatório Técnico de Análise das Propostas referente ao Envelope nº 01, que será de imediato enviado para a Comissão Especial de Procedimento Licitatório com todos os documentos e por ventura o invólucro contendo as pontuações desclassificadas.

**12.6.6**. Após será submetido para análise e avaliação pela Subcomissão Técnica, o Conjunto de Informações das Licitantes, após esta comissão de julgadores ter enviado o Relatório Técnico do julgamento dos Planos de Comunicação.

**12.6.7**. Esta fase de avaliação deverá obedecer o procedimento do julgamento das propostas da fase anterior, salvo as precauções referentes às identificações das proponentes.

**12.6.7.1**. Resguardar-se-á, contudo, que estes documentos não contenham sinais, marcas, palavras, etc., que sejam identificadores do plano de comunicação não identificado, sob pena de desclassificação da licitante.

**12.6.8**. O procedimento final desta fase será a preparação do Relatório Técnico de Análise do Conjunto de Informações referente ao Envelope nº 3 pela Subcomissão Técnica e seu envio, juntamente com toda a documentação recebida, para a Comissão Especial de Licitação.

**12.7**. A Comissão Especial de Procedimento Licitatório, após o recebimento das informações e documentos acima mencionados, designará sessão pública, convocada nos prazos estabelecidos na lei, para identificação dos resultados das propostas técnicas (Plano de Comunicação Publicitária), seguindo o procedimento abaixo relacionado:

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

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

**12.7.3**. Apresentação das pontuações do Plano de Comunicação Publicitário, apenas identificado por uma numeração aposta pela Subcomissão Técnica e das notas do Conjunto de Informações de cada licitante.

**12.7.4**. Abertura dos Invólucros (envelope 02), com a via identificada do plano de comunicação publicitária, identificando-se as pontuações à medida que forem desvendadas as autorias do plano, com o cotejo das páginas iniciais da proposta pontuada e da proposta identificada.

**12.7.5**. Elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada Proposta Técnica – Plano de Comunicação Publicitária e Conjunto de Informações.

**12.7.6**. Proclamação do resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando-se em ata as propostas em ordem de classificação, assim como as licitantes que foram desclassificadas.

**12.7.7**. A Comissão Especial de Procedimento Licitatório fará publicar o resultado, conforme o item **18 – DIVULGAÇÃO DO RESULTADO** deste Edital, com a indicação da classificação com o nome dos licitantes, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666/93.

**12.7.8**. 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 Especial de Procedimento Licitatório.

**12.8**. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência, ou julgados os interpostos, a Comissão Especial de Procedimento Licitatório realizará nova **sessão**, em dia hora e local a serem agendados e mediante aviso publicado no Diário Oficial da Cidade, para abertura das Propostas Comerciais das Licitantes classificadas no Julgamento das Propostas Técnicas, com a seguinte pauta:

**12.8.1**. Identificar os representantes das licitantes e colher suas assinaturas na lista de presença;

**12.8.2**. Comunicar que os envelopes nº 4 – Proposta Comercial das licitantes que tiveram suas Propostas Técnicas desclassificadas, ficarão sob custódia da Comissão, fechados.

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

**12.8.4**. Abrir os envelopes nº 4 – Proposta Comercial, das Licitantes cujas propostas técnicas tenham sido classificadas, dar vistas e vistos do seu conteúdo aos representantes das licitantes e recolhê-las para exame interno do cumprimento pelas licitantes, das exigências fixadas neste Edital e para pontuação da planilha de preço sujeito a valoração, de acordo com os critérios estabelecidos neste Edital.

**12.9**. Convocação da sessão pública para a divulgação das pontuações das Propostas de Preços e das notas finais. Nesta sessão a Comissão Especial de Procedimento Licitatório tornará pública em primeiro lugar, as notas de preços e em seguida as notas finais (técnica e preços), pela aplicação da equação prescrita no subitem **15.1.2** infra. A seguir, faz-se a lista das licitantes classificadas e desclassificadas pelas suas pontuações finais e abre-se vistas para os presentes. Encerrada a sessão e publicado o aviso, conforme item **18 – DIVULGAÇÃO DO RESULTADO**, abre-se o prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea “b” do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666/93.

**12.10**. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência, ou ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão realizará nova **sessão pública**, no dia, hora e local a serem agendados e mediante aviso publicado no Diário Oficial da Cidade, com a seguinte pauta:

**12.10.1**. Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença.

**12.10.2**. Receber os envelopes nº 5 – Documentação de Habilitação, somente das empresas classificadas após julgamento das propostas técnica e comercial, cujos documentos serão rubricados pela Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes.

**12.10.3**. Examinar a Documentação de Habilitação e decidir sobre a habilitação. Caso a Comissão Especial de Procedimento Licitatório julgue necessário fazer o exame internamente, encerrar-se-á a reunião.

**12.10.4**. Informar:

1. o resultado da habilitação;
2. que o resultado da habilitação será publicado na forma do item **18 – DIVULGAÇÃO DO RESULTADO**, com a indicação aos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo-se o prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, “a” da Lei nº 8.666/1993;
3. que será publicado na forma do item **18 – DIVULGAÇÃO DO RESULTADO** o nome das 2 (duas) licitantes vencedoras desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

**12.10.5.** Caso seja decidido recolher a documentação para análise interna, as informações, incluindo a alínea “**a**” do subitem **12.10.4** supra serão divulgadas consoante item **18 – DIVULGAÇÃO DO RESULTADO** deste edital.

**13. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

**13.1.** As propostas técnicas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus Anexos.

**13.2.** O julgamento da licitação se baseará no critério de **TÉCNICA E PREÇO**, nos termos ao Artigo 46, Parágrafo 2º, da Lei Federal 8.666/93, sendo que a avaliação das propostas técnicas será feita por membros da Subcomissão Técnica, nos termos da Lei 12.232/10, que apresentarão relatório sucinto e fundamentado, devidamente assinado, consoantes o item **12.6**, supracitado.

**13.3**. Na apreciação das Propostas Técnicas será considerada a linha de atuação desenvolvida a partir da elaboração de proposta da campanha, conforme apresentado no **Anexo I – BRIEFING,**  e receberá o máximo de **100 (cem)** pontos, resultantes da soma das notas atribuídas aos quesitos do Plano de Comunicação Publicitária do Envelope nº 01 – máximo de 80 (oitenta) pontos, e das notas atribuídas aos quesitos do Conjunto de Informações – Envelope nº 03 – máximo de **20 (vinte)** pontos, da seguinte forma:

**13.3.1.** **Plano de Comunicação Publicitária** – máximo de **80 (oitenta)** pontos sendo:

**13.3.1.1**. **Raciocínio Básico**: Máximo de **15 (quinze)** pontos, com a análise dos seguintes atributos para pontuar:

**13.3.1.1.1**. Conhecimento das características gerais do turismo de negócios, saúde e lazer da PREFEITURA DE SÃO PAULO e dos problemas enfrentados .

**13.3.1.1.2**. Conhecimento dos serviços desenvolvidos pela **PREFEITURA DE SÃO PAULO**, para desenvolver o turismo de negócios, saúde e lazer da Cidade.

**13.3.1.1.3**. Adequada compreensão das ações de comunicação publicitária desta licitação.

**13.3.1.1.4**. Acuidade de compreensão dos objetivos, geral e específicos da comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação.

**13.3.1.2**. **Estratégia de Comunicação**: Máximo de 25 **(vinte e cinco)** pontos com as seguintes atribuições para análise e pontuação:

**13.3.1.2.1**. A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da comunicação de governo da Secretaria Especial de Comunicação e ao desafio de comunicação a ser enfrentado.

**13.3.1.2.2**. A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos.

**13.3.1.2.3**. A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação referente ao tema a cargo da Secretaria Especial de Comunicação.

**13.3.1.2.4**. A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação.

**13.3.1.2.5**. A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.

**13.3.1.2.6**. A capacidade de articular os conhecimentos sobre comunicação a cargo da Secretaria Especial de Comunicação, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível.

**13.3.1.3**. **Ideia Criativa**: Máximo de **25 (vinte e cinco) pontos** com a análise dos seguintes atributos para pontuar:

**13.3.1.3.1**. A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

**13.3.1.3.2**. A cobertura dos seguimentos de público ensejada por essas interpretações;

**13.3.1.3.3**. A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;

**13.3.1.3.4**. A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;

**13.3.1.3.5**. A exequibilidade das peças;

**13.3.1.3.6**. A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos;

**13.3.1.3.7**. A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Secretaria Especial de Comunicação com seus públicos.

**13.3.1.4. Estratégia de Mídia e não Mídia**, máximo de **15 (quinze) pontos**, com as seguintes atribuições de pontuação:

**13.3.1.4.1**. Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público envolvido com a linha de atuação;

**13.3.1.4.2**. Capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação do plano de mídia;

**13.3.1.4.3**. A consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação ao que a licitante diagnosticou nas duas alíneas anteriores;

**13.3.1.4.4**. Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta, incluindo os recursos próprios da PREFEITURA.

**13.3.1.4.5**. A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

**13.3.2**. **Conjunto de Informações: 20 (vinte) pontos.**

**13.3.2.1**. **Capacidade de Atendimento, 8 (oito) pontos**, com a avaliação dos seguintes itens:

**13.3.2.1.1**. O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços do mercado;

**13.3.2.1.2**. A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária implementada pela Secretaria Especial de Comunicação;

**13.3.2.1.3**. Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato 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 Secretaria Especial de Comunicação, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato;

**13.3.2.2.4**. Sistemática de atendimento, nos quesitos operacionalidade, segurança, grau de liberdade conferido ao cliente na escolha de soluções alternativas e presteza no atendimento das solicitações;

**13.3.2.2.5**. 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 Secretaria Especial de Comunicação, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

**13.3.2.2**. **Repertório**: **6 (seis) pontos,** com a seguinte distribuição:

**13.3.2.2.1**. A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;

**13.3.2.2.2**. A qualidade da execução e do acabamento da peça ou material;

**13.3.2.2.3**. A clareza da exposição das informações prestadas;

**13.3.2.3. Relato de soluções:** **6 (seis) pontos**, considerado os seguintes quesitos de pontuação:

**13.3.2.3.1**. A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;

**13.3.2.3.2**. A relevância dos resultados apresentados;

**13.3.2.3.3**. A evidência do planejamento publicitário.

**13.4. Classificação da Proposta Técnica**

**13.4.1**. A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante será definida pela soma das notas atribuídas a cada um dos fatores relacionados no item **13.3** supra, completando o total de **100 (cem) pontos.**

**13.4.2**. As propostas que não obtiverem a nota mínima de **50 (cinquenta**) pontos serão desclassificadas. As que obtiverem nota a partir de **50 (cinquenta)** pontos serão classificadas em ordem decrescente, a partir da que acumular a maior pontuação.

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

**13.4.4**. Além do previsto no item **13.4.2** serão desclassificadas as **Propostas Técnicas** que:

**13.4.4.1**. Não atenderem às exigências do presente Edital e respectivos anexos ;

**13.4.4.2**. Deixarem de apresentar qualquer documento exigido ou apresentá-lo em desacordo com este Edital;

**13.4.4.3**. Apresentarem no Envelope nª 01 – “Proposta Técnica” qualquer menção ao conteúdo da Proposta Comercial;

**13.4.4.4**. Contiverem emendas, rasuras ou entrelinhas que tornem equivocado ou viciado seu conteúdo.

**13.4.5**. Será desclassificada a licitante que obtiver nota zero em quaisquer dos critérios especificados em cada quesito acima.

**14. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS COMERCIAIS**

**14.1**. As Propostas Comerciais serão examinadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e Anexos e receberão no máximo **100 (cem) pontos**.

**14.2**. Serão desclassificadas as **Propostas Comerciais** que:

**14.2.1**. Não atenderem às exigências deste Edital e de seus Anexos, que apresentarem preços baseados em outra proposta ou que contiverem qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

**14.2.2**. Apresentarem qualquer acréscimo aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria licitante.

**14.2.3**. Apresentarem percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento), incidente sobre os custos realizados por terceiros (custo de produção), que não propiciarem a licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

**14.2.4**. Os quesitos a serem valorados são integrantes da Planilha que constitui o **Anexo III – PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO**.

**14.3**. Os membros representantes da área técnica, integrantes da Comissão de Licitação, atribuirão notas para cada um dos quesitos a serem valorados, conforme a seguinte tabela:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Desconto Honorários Repasse | Notas (N) | Nota Máxima Possível |
| Percentual de descontos sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo. | Desconto igual a 0,0%N = 0,0Desconto superior a 0,0%N = 0,071 X Desconto | 7,1 |
| Percentual de honorários incidentes sobre os custos de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição proporcione à LICITANTE o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação | Honorários iguais a 15%N = 0,0%Honorários inferiores a 15%N = 2,86 x (15,0 – honorários) | 42,9 |
| Percentual de honorários incidentes sobre os custos de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição **não** proporcione à LICITANTE o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação | Honorários iguais a 15%N = 0,0Honorários iguais ou superiores a 10% e inferiores a 15%N = 4,0 x (15,0 – Honorários)Honorários inferiores a 10%N = 28,0 | 28 |
| Percentual de honorários incidentes sobre os custos de outros serviços incumbidos a terceiros, sob supervisão da LICITANTE. | Honorários iguais a 5%N = 0,0Honorários inferiores a 5%N = 3,0 x (7,33 – Honorários) | 22 |
| TOTAL | 100 (cem) pontos |

**14.3.1**. Para efeito de cálculo das notas de cada licitante, nos termos desconto, honorários e repasse serão substituídos nas fórmulas da coluna Notas pelas respectivas porcentagens que constarem de sua planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo %;

**14.3.2**. As notas serão calculadas com, no máximo, uma casa decimal, sendo arredondada para cima, sempre que a segunda cifra decimal for superior a 5 (cinco).

**15. CLASSIFICAÇÃO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICA E COMERCIAL**

**15.1**. Para a classificação final das propostas deverão ser observados os seguintes procedimentos:

**15.1.1**. A pontuação técnica será constituída pelo somatório das notas atribuídas a cada quesito técnico, conforme especificado no **item 13 – JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS** e a Nota de preços é o resultado do somatório das notas atribuídas a cada quesito da planilha de preços do **Anexo III – PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO** deste Edital, conforme especificado **no item 14 – JULGAMENTO DAS PROPOSTAS COMERCIAIS**.

**15.1.2**. A Pontuação Técnica deverá ser multiplicada por 7 (sete) e acrescida à Nota de Preços que deverá ser multiplicada por 3 (três). O resultado desta equação será dividido por 10, conforme a seguinte fórmula: PR = (PT x 7) + (NP x 3)

 10

Onde PR significa: Pontuação Resultante.

**15.1.3**. A proposta vencedora será a proposta da agência que obtiver **a maior Pontuação Resultante do somatório de PT + NP depois de aplicados os respectivos pesos e feito a divisão por dez.**

**15.1.4**. A somatória das notas técnicas com a de preços, ocorrerá somente com as propostas técnicas classificadas.

**15.1.5**. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das 2 (duas) licitantes mais bem classificadas, após a soma das notas técnicas e de preços, com os seus devidos pesos, serão assim consideradas que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens **13.3.1.2 e 13.3.1.3**.

**15.1.6**. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem **12.9** ou em ato público pela Comissão Especial de Procedimento Licitatório.

**15.1.7**. A proposta que obtiver total de pontos menor de 75% (setenta e cinco por cento) da maior pontuação obtida será desclassificada.

**16. JULGAMENTO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO E CLASSIFICAÇÃO FINAL DA LICITAÇÃO**

**16.1**. A Comissão Especial de Procedimento Licitatório examinará os Documentos de Habilitação e julgará habilitada **a licitante classificada que atender integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus Anexos.**

**16.2**. A Comissão de Procedimento Licitatório divulgará a Licitante classificada que fora habilitada e abrirá prazo para eventuais interposições de recursos.

**16.3**. Decorrida e decidida à fase recursal da Habilitação, a PREFEITURA DE SÃO PAULO divulgará a Licitante vencedora.

**16.4**. Se todas as propostas forem desclassificadas ou todas as Licitantes inabilitadas, a **PREFEITURA DE SÃO PAULO** poderá fixar prazo para apresentação de nova documentação ou de outras propostas, sanadas as irregularidades.

**16.5**. Decorrido o prazo de validade da Proposta, sem convocação para contratação, fica a Licitante vencedora liberada dos compromissos assumidos.

**16.6**. A homologação do procedimento, a adjudicação do resultado e a convocação da adjudicatária para assinatura do contrato, será publicada no Diário Oficial da Cidade, podendo a **PREFEITURA DE SÃO PAULO**, a seu critério, utilizar-se de outro meio de convocação, desde que documentado seu recebimento.

**16.7**. A Autoridade competente para homologar e adjudicar o objeto desta licitação poderá até a assinatura do Contrato, excluir a Licitante por despacho motivado, se, após a fase de habilitação, tiver ciência de fato ou circunstância, anterior ou posterior ao julgamento da licitação, que revele inidoneidade, falta de capacidade técnica ou financeira.

**16.8**. A Licitante que ensejar o retardamento do certame, não mantiver a proposta ou fizer declaração falsa, garantindo o direito de ampla defesa poderá ficar impedida de licitar e contratar com a **PREFEITURA DE SÃO PAULO**, pelo prazo de até 02 (dois) anos, enquanto perdurar os motivos determinados da punição, ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, sem prejuízo das multas previstas em Edital e no contrato e das demais cominações legais.

**17. DOS RECURSOS**

**17.1**. Eventuais interposições de recursos deverão ser entregues e **protocolados,** dentro do prazo de até 5 (cinco) dias úteis da publicação da ata da sessão pública na Assessoria Administrativa de Comunicação, no horário das 9h00 às 12h00 e das 14h00 às 17h00, no Viaduto do Chá, nº 15, 6º andar. Igual prazo fica garantido para interposição das contrarrazões do recurso, contados a partir do término do prazo da(s) recorrentes(s), sendo-lhes assegurada vista dos autos.

**17.1.1**. O recurso deverá ser subscrito por representante legal ou procurador com poderes específicos ou por pessoa credenciada e deverá estar anexo à respectiva procuração.

**17.1.2**. Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Especial de Procedimento Licitatório poderá reconsiderar a sua decisão no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, respectiva(s) impugnação(ões) ao Secretário Especial de Comunicação, que decidirá em 5 (cinco) dias contados da data de seu recebimento.

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

**17.1.4**. Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta concorrência, devendo o pedido ser protocolado na Assessoria Administrativa de Comunicação, no horário das 9h00 às 12h00 e das 14h00 às 17h00, no Viaduto do Chá, nº 15, 6º andar ou através do e-mail: secom-licitacoes@prefeitura.sp.gov.br;

**17.1.5**. Os recursos nas decisões referentes à habilitação de licitante e julgamento de Propostas terão efeito suspensivo, podendo a Comissão Especial de Procedimento Licitatório – motivadamente e se houver interesse para a Secretaria Especial de Comunicação atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

**18. DIVULGAÇÃO DO RESULTADO**

**18.1**. Os atos da Comissão Especial de Procedimento Licitatório, as atas das Sessões Públicas, os resultados de cada fase da licitação e o julgamento dos recursos serão divulgados sempre, através de publicação no Diário Oficial da Cidade e no site da PMSP.

**19. FORMALIZAÇÃO DO CONTRATO**

**19.1**. As obrigações decorrentes desta Licitação consubstanciar-se-ão nos termos do **Anexo VII – MINUTA DE CONTRATO**.

**19.2**. As adjudicatárias serão expressamente convocadas para, no prazo de 05 (cinco) dias corridos da data da convocação, assinar o Termo de Contrato.

**19.3**. Em estando vencidos os documentos apresentados na habilitação, as licitantes vencedoras, no ato da assinatura do Contrato, deverão apresentar os documentos constantes dos subitens **11.6.4** e, ainda, prova de inexistência de registro no CADIN Municipal.

**19.4**. O não cumprimento das condições dispostas neste **item 19 – FORMALIZAÇÃO DO CONTRATO** ou o não comparecimento para assinatura do instrumento contratual, dentro do prazo fixado na convocação, ou a prática de qualquer ato por parte da Licitante, que inviabilize a contratação, **implicará** na sua inexecução total, nos termos do Artigo 81, da Lei Federal nº 8.666/93, ficando fixada a multa de **20% (vinte por cento)** sobre o valor total a ser contratado e na possibilidade de impedimento de participação de novas licitações realizadas pela PREFEITURA DE SÃO PAULO, pelo período de até 02 (dois) anos.

**19.5**. Ainda assim, ocorrendo o não comparecimento das vencedoras para assinarem os respectivos contratos e apresentarem o comprovante da prestação da garantia contratual, a **PREFEITURA DE SÃO PAULO** poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da licitante que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta concorrência, independentemente da cominação prevista no art. 81 da lei nº 8.666/1993.

**20. GARANTIA DE EXECUÇÃO CONTRATUAL**

**20.1**. No prazo de até 20 (vinte) dias da assinatura do contrato, as licitantes vencedoras deverão apresentar garantia em favor da **PREFEITURA DE SÃO PAULO**, correspondente a 1% (um por cento) do valor estimado no contrato (**subitem 22.1 infra**), a fim de assegurar a sua execução, em uma das modalidades previstas no § 1º do art. 56 da Lei nº 8.666/1993 e nos termos da Portaria SF n.º 76/2019, à escolha da licitante vencedora:

**a)** caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;

**b)** seguro garantia;

**c)** fiança bancária.

**20.2**. Em se tratando de garantia prestada através de caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito sob custódia da Secretaria Municipal da Fazenda, sendo devolvida, atualizada monetariamente, nos termos do § 4º do art. 56 da Lei 8.666/1993 e nos termos da Portaria SF n.º 76/2019.

**20.3**. Se a opção de garantia for pelo seguro-garantia ou pela fiança bancária, estas deverão ter prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato, acrescido de 180 (cento e oitenta) dias.

**20.3.1**. As modalidades de garantia do subitem **20.3**, a depender da escolha da agência deverão conter cláusulas de atualização financeira, de imprescritibilidade, de inalienabilidade e de irrevogabilidade, e, no caso do seguro-garantia, a apólice deverá indicar a PREFEITURA DE SÃO PAULO como beneficiária, enquanto na fiança bancária deverá estar expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à PREFEITURA DE SÃO PAULO, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações, e a renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro.

**21. CONDIÇÕES CONTRATUAIS**

**21.1**. Os contratos para a execução dos serviços objeto deste Edital terão duração de 12 (doze) meses, contados a partir da data da sua assinatura, podendo ser prorrogados nos termos do **Anexo VII – MINUTA DE CONTRATO, e suas cláusulas.**

**21.2.** A PREFEITURA DE SÃO PAULO, por intermédio da Secretaria Especial de Comunicação poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, conforme disposto na **Cláusula Décima Quarta do Anexo VII – MINUTA DE CONTRATO**

**21.3**. No interesse da PREFEITURA DE SÃO PAULO, por intermédio da Secretaria Especial de Comunicação, a contratada fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto no art. 65, §§ 1º e 2º da Lei nº 8.666/1993.

**21.4**. Será de responsabilidade da contratada o ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de qualquer de seus empregados, prepostos ou contratados.

**21.5**. Obriga-se também a contratada por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhes venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Edital e do contrato que vier a ser assinado.

**21.6**. As contratadas, independentemente de solicitação, deverão prestar esclarecimentos à Secretaria Especial de Comunicação sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que a envolva.

**21.7**. As contratadas só poderão divulgar informações acerca da prestação dos serviços, objeto desta concorrência, que envolva o nome da Secretaria Especial de Comunicação, se houver expressa autorização desta.

**21.8**. É vedado às contratadas caucionar ou utilizar o contrato resultante da presente concorrência para qualquer operação financeira.

**21.9**. As contratadas se obrigam a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

**21.10**. A PREFEITURA DE SÃO PAULO, por intermédio da Secretaria Especial de Comunicação avaliará, semestralmente, os serviços prestados pelas contratadas, nos termos da **Cláusula Quinta do Anexo VII – MINUTA DE CONTRATO .**

**21.11**. As contratadas centralizarão o comando da publicidade da Secretaria Especial de Comunicação na cidade de São Paulo, onde, para esse fim, manterão escritório, sucursal ou filial, observado o disposto da **Cláusula terceira da minuta do Anexo VII – MINUTA DE CONTRATO .**

**21.12**. Integrará o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos e os elementos apresentados pelas respectivas licitantes vencedoras que tenham servido de base para o julgamento desta concorrência e, em especial, quanto a Proposta de Preços, que prevalecerá, dentre as vencedoras, a que tiver a proposta mais vantajosa para a Administração Pública.

**21.13**. Será permitida a contratação de fornecedores especializados na execução das atividades complementares previstas no § 1º do art. 2º da lei 12.232/10, conforme as estipulações no i**tem 3.4 da Cláusula Terceira do Anexo VII – MINUTA DE CONTRATO** .

**21.14.** As demais previsões contratuais da minuta de contrato, que não venham a colidir com as determinações fixadas neste documento fazem parte das obrigações e direitos da contratada.

**22. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

**22.1**. A soma da despesa com a contratação resultante desta concorrência está estimada em **R$ 80.000.000,00** (oitenta milhões de reais), pelos primeiros 12 (doze) meses, e será executada de acordo com o previsto **no item 2 - OBJETO** deste Edital.

**22.2**. Os créditos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de 2023 estarão consignados na dotação orçamentária: a ser informada nos Termos de Contrato.

 **22.3**. A Secretaria Especial de Comunicação se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

**23. DISPOSIÇÕES FINAIS**

**23.1**. É facultada À Comissão Especial de Procedimento Licitatório, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnicas e de Preços ou dos Documentos de Habilitação.

**23.1.1**. A Comissão Especial de Procedimento Licitatório deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do Invólucro nº 2.

**23.2**. A Comissão Especial de Licitação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá **AUTORIZAR/AGENDAR** a vistoria das instalações e da aparelhagem que a agência classificada no julgamento das Propostas Técnicas disponibilizará para a realização dos serviços objeto desta concorrência.

**23.2.1**. A Comissão Especial de Procedimento Licitatório deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do Invólucro nº 2.

**23.3**. Até a assinatura do contrato, as licitantes vencedoras poderão ser desclassificadas se a **PREFEITURA DE SÃO PAULO,** por intermédio da Secretaria Especial de Comunicação, tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de da fase.

**23.3.1**. Se ocorrer a desclassificação das licitantes vencedoras por fatos referidos no subitem precedente, a **PREFEITURA DE SÃO PAULO**, por intermédio da Secretaria Especial de Comunicação, poderá convocar as licitantes remanescentes por ordem de classificação ou revogar esta concorrência.

**23.4**. Se, durante a execução do contrato, o instrumento firmado com a contratada não restar prorrogado, por conveniência da Administração, ou for rescindido nos casos previstos na legislação e no contrato, a **PREFEITURA DE SÃO PAULO**, por intermédio da Secretaria Especial de Comunicação, poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação verificada nesta concorrência, para dar continuidade à execução do objeto, desde que concordem com isso e se disponham a cumprir todas a condições e exigências a que estiverem sujeitas a signatária do contrato.

**23.5**. Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica) deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal da Secretaria Especial de Comunicação.

**23.6**. É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.

**23.7**. É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 93 da Lei nº 8.666/1993.

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

**23.9**. Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público, decorrente de fato superveniente, devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

**23.9.1**. 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.

**23.10**. **A PREFEITURA DE SÃO PAULO**, por intermédio da Secretaria Especial de Comunicação, poderá cancelar de pleno direito a Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o respectivo contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurado às contratadas o contraditório a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.

**23.11**. Antes da data marcada para a abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preço, a Comissão Especial de Licitação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa ou em consequência de solicitações de esclarecimentos, alterar este Edital e seus anexos, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar sua formulação.

* 1. Para a execução desta concorrência, nenhuma das partes poderá oferecer dar ou se comprometer a dar a quem quer que seja ou aceitar ou se comprometer a aceitar de quem quer que seja, tanto por conta própria quanto por intermédio de outrem, qualquer pagamento, doação, compensação, vantagens financeiras ou não financeiras ou benefícios de qualquer espécie que constituam prática ilegal ou de corrupção, seja de forma direta ou indireta quanto ao objeto desta licitação, ou de outra forma a ele não relacionada, devendo garantir, ainda, que seus prepostos e colaboradores ajam da mesma forma.

**23.13.** As questões decorrentes deste Edital que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Foro da Fazenda Pública da Comarca de São Paulo.

São Paulo, \_\_ de \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de 2022.

MARIA ISABEL ARAUJO DA SILVEIRA CINTRA

Presidente da Comissão Especial de Licitação

**CONCORRÊNCIA Nº 002/SECOM/2022**

**PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE PARA ELABORAÇÃO DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS PARA INCENTIVAR OS TURISMOS DE NEGÓCIOS, SAÚDE E LAZER NA CIDADE DE SÃO PAULO**

**ANEXO I**

**BRIEFING/LINHA DE ATUAÇÃO**

**As origens**

A palavra Turismo tem origem no latim ‘tornare’ e no grego ‘tornos ou tornus’. O significado seria algo como ‘vai e volta’ ou ainda como o movimento em círculo. Para a nossa língua e no conceito que é utilizada atualmente, tomamos do inglês ‘tourism’, que por sua vez tomou emprestada do francês ‘tour’, que tem vários sentidos, mas neste caso relaciona-se a volta, passeio ou mesmo excursão.

Na antiguidade não havia o turismo no sentido que existe hoje. Havia apenas o deslocamento de pessoas viajando para diversos fins, como o comércio ou para dirigir-se a pontos sagrados, entre outros.

A atividade de ‘fazer turismo’ é relativamente nova e aparece no início do século XIX. Pesquisas mostram que o turismo como se entende atualmente teve início entre os jovens da aristocracia inglesa. Ao concluírem seus estudos universitários faziam o que era chamado de GRAN TOUR. Eram viagens pela Europa continental, principalmente para as cidades italianas como Florença, Veneza e Roma, com o objetivo de ver e tocar pessoalmente naquilo que haviam tomado conhecimento apenas pelos livros.

Posteriormente, outros países foram sendo incorporados nos roteiros dessa elite de viajantes. Com a evolução dos meios de transportes , oferecendo mais rapidez, iniciando com os trens em meados do século XIX e os navios adaptados para receber passageiros mais refinados e objetivando algo além do simples deslocamento, o turismo como lazer tomou um grande impulso. Desnecessário citar a importância do avião, do automóvel, dos ônibus para o crescimento e a caracterização econômica da indústria do turismo a partir do século XX, mais fortemente a partir da segunda metade, em função das guerras mundiais.

De acordo com a OMT – Organização Mundial do Turismo, agência especializada da Organização das Nações Unidas, define turismo como sendo:

*“...um fenômeno de aspecto social, cultural e econômico, diretamente relacionado com o deslocamento de pessoas para lugares fora do seu ambiente pessoal, seja uma localidade próxima seja até mesmo para outro país.”*

Diz ainda:

*“O turismo compreende as atividades realizadas pelas pessoas durante suas viagens e estadias em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, tendo em vista lazer, negócios ou outros motivos.”*

A atividade turística está relacionada diretamente à intenção ou ao escopo do deslocamento. Seria a resposta para a razão pela qual o indivíduo isoladamente ou um determinado grupo decidiu deixar seu ambiente pessoal (sua casa, sua cidade, seu país) em direção a outra cidade ou país.

Apenas para ilustrar como surgiram as agências de viagem, temos Thomas Cook como o criador deste tipo de negócio. Em 1841 ele organizou uma excursão para levar 578 pessoas de Lorghborough até Leicester, uma viagem curta de apenas 18 Km. Mas neste caso ofereceu os primeiros ensinamentos de que havia outros pontos a serem observados, como alimentação, hospedagem, lazer e até mesmo entretenimento. Em 1845, juntamente com seu filho, criou a Thomas Cook & Son, sendo o primeiro a criar os chamados pacotes turísticos de viagens, com todos os custos incluídos. Ou quase todos.

Sabemos que a segmentação no turismo ocorre em grande velocidade e esse número aumenta a cada dia. Hoje temos o Ecoturismo, o Agroturismo, o Turismo Náutico, o Gastroturismo, o Enoturismo, o Turismo de Aventura e outros mais.

Vamos citar abaixo alguns segmentos referentes ao turismo, que representam os maiores grupos em termos de número de turistas e de arrecadação financeira.

1. **Turismo Cultural**
* Abrange um número imenso de interesses, tantos quanto a arte em geral compreende, e mais um pouco. Sem dúvida os interesses mais populares estão relacionados às visitas a museus, galerias de arte, exposições em geral, música, ballet, entre outras. Cabe esclarecer que o turismo cultural e o que veremos adiante, o Turismo de Lazer, têm áreas em comum com o Cultural, mas não colidem. Se complementam.
* Participação em shows especiais e de grande público, como já tivemos em São Paulo com Andrea Bocelli, em 2018 no Allianz Parque e Pavarotti, no Pacaembu . Os espetáculos de artistas populares também estão nesse grupo, assim como eventos como Lollapalooza.
1. **Turismo Religioso**
* A visitação a lugares sagrados movimenta um grande número de peregrinos e fiéis, que se deslocam de longas distâncias dentro do país ou mesmo do exterior para participar da demonstração de fé. Podemos citar as visitas de evangélicos ao Templo de Salomão, a Marcha para Jesus que envolve cristãos em geral, as visitas ao Mosteiro de São Bento, à Catedral da Sé e ao Santuário Mãe de Deus, pelos católicos. Apesar de não ser na cidade de São Paulo, mas o dia consagrado a Nossa Senhora em Aparecida repercute na capital.
1. **Turismo de Lazer**

Joffre Dumazedier, sociólogo francês definiu o lazer:

(...) um conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre e espontânea vontade, seja para repousar, seja para divertir-se, recrear-se e entreter-se ou, ainda para desenvolver sua informação ou formação desinteressada, sua participação social voluntária ou sua livre capacidade criadora após livrar-se ou desembaraçar-se das obrigações profissionais, familiares e sociais.

(DUMAZEDIER, 1973)

* Objetiva a busca por diversão, descanso e entretenimento. Neste aspecto São Paulo tem muito a oferecer, até pela proximidade de hotéis e resorts com opções variadas e serviços de Spa. O turismo de lazer complementa-se com atividades culturais, diversão, gastronomia, compras e até mesmo o religioso no sentido de visitação. Neste segmento do turismo, a cidade de São Paulo oferece tudo o que os turistas nacionais e internacionais procuram. E a Prefeitura de São Paulo tem planos ambiciosos para a cidade.
1. **Turismo de Negócios e Eventos**
* Caracteriza-se preponderantemente pelo aspecto econômico, seja pelo estreitamento de vínculos comerciais entre empresas ou mesmo entre indivíduos, pelo crescimento do empreendedorismo. As reuniões de trabalho de grandes empresas que reúnem pessoas do país inteiro e mesmo de outros países, ocupando as áreas de eventos de vários hotéis e espaços especiais. Os congressos profissionais e as feiras de negócios movimentam toda a cidade. De acordo com o Ministério do Turismo (2010), o Turismo de Negócios e Eventos é caracterizado como:

“[...] o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social.”

1. **Turismo de Saúde**
* O turismo de saúde representa uma tendência tanto para o bem-estar como para o apoio à manutenção da saúde ou cura. Abrange desde o aspecto preventivo até a outra ponta da doença/cura. Importante ressaltar que neste último aspecto, além do desenvolvimento do turismo em si, ocorre o desenvolvimento da área médico-hospitalar e neste ponto São Paulo tem destaque nacional e internacional.

Também oferece quantidade e qualidade em clínicas de saúde preventivas para corpo e mente, como depressão, ansiedade, insônia, etc.

A cidade de São Paulo é um dos mais importantes polos de saúde no mundo e referência em várias especialidades médicas com destaque para as cirurgias e tratamentos cardíacos, transplantes de órgãos, tratamentos estéticos e cirurgias plásticas.

São Paulo possui mais de 100 hospitais (públicos e privados), aproximadamente 10 mil clínicas em diversas especialidades, laboratórios com os mais modernos e sofisticados equipamentos. Duas das mais importantes faculdades de medicina, a Escola de Medicina da Unifesp (Universidade Federal de São Paulo) e a Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo.

**INFORMAÇÃO IMPORTANTE**

Neste briefing temos várias informações básicas sobre o tema Turismo, mas sugerimos fortemente a leitura e análise **do Plano de Turismo Municipal Cidade de São Paulo – 2019/2021 Perspectiva 2030 – PLATUM** e da publicação **São Paulo Cidade do Mundo** editada pela Prefeitura e pela SP Turis.disponibilizado no site da Prefeitura, no link da Secretaria de Turismo.

**O TURISMO EM SÃO PAULO**

**Órgãos oficiais**

A Secretaria Municipal de Turismo (SMTUR) é responsável por formular e executar a política, a promoção e a exploração do turismo e atividades afins da cidade de São Paulo; executar e promover o apoio e/ou patrocínio a projetos ou eventos de interesse social, turístico, cultural, religioso e outros similares, bem como realizar eventos e executar atividades compatíveis e correlatas com a sua área de atuação.

A Secretaria Municipal de Turismo é formada pela Coordenadoria de Eventos (COEVE) e Coordenadoria de Turismo (COTUR).

A São Paulo Turismo (SPTuris) é a empresa oficial de turismo e eventos da cidade de São Paulo. Fundada em 1970, ela é a responsável pelo planejamento, organização e produção de eventos da cidade. A organização também tem um papel essencial no apoio de políticas públicas voltadas ao turismo na capital paulista.

**Conselho Municipal de Turismo - COMTUR**

Os conselhos municipais são compostos por representantes da Prefeitura Municipal de São Paulo (PMSP) e da sociedade civil. O caráter permanente desses conselhos possibilita que a participação do cidadão efetivamente se converta na formulação, implementação e avaliação das políticas públicas municipais.

**Plano de Turismo Municipal Cidade de São Paulo 2019/2021 Perspectiva 2030**

Foi impactado pela Covid-19, mas teve continuidade nos trabalhos internos visando seu desenvolvimento pleno e esta concorrência é uma das mais importantes etapas.

No contexto nacional, São Paulo é o principal destino turístico em volume de visitantes, com uma demanda estimada em 15,7 milhões de turistas em 2018 (Fipe), gerando uma receita estimada em quase R$ 13 bilhões. Quando comparada a outros destinos nacionais, é a primeira cidade na busca por turismo de negócios, eventos e convenções, segundo a pesquisa de Demanda Turística Internacional 2014-2018, do Ministério do Turismo, e a quinta no segmento de lazer. E vem ganhando projeção como destino de turismo de lazer. Em 2019, São Paulo foi eleita pelos viajantes, em pesquisas da plataforma TripAdvisor, como o sexto melhor destino turístico nacional, na premiação Traveller’s Choice. A classificação é determinada por um algoritmo baseado na quantidade e qualidade de comentários e avaliações de hotéis, restaurantes e atrações. Em 2014, São Paulo esteve posicionada em primeiro lugar, perdendo posições nos anos seguintes, e chegando à pior colocação dos últimos anos em 2018 e 2019. Foi apontada, também em 2019, pelo Portal CultureTrip, como uma das dez cidades mais multiculturais do mundo, colocando-a ao lado de destinos como Londres, Paris e Nova Iorque.

O quadro abaixo mostra dados provenientes do Ministério do Turismo, divulgados em 2019, baseado em pesquisa com turistas internacionais.

**Avaliação da cidade pelos turistas internacionais**

 **Avaliação positiva (%)**

**Item avaliado 2013 2014 2015 2016 2017**

Hospitalidade 98,0% 97,5% 98,3% 98,0% **98,4%**

Diversão Noturna 95,2% 95,9% 96,7% 98,2% **98,0%**

Gastronomia 96,5% 96,3% 97,5% 97,5% **98,0%**

Restaurante 96,5% 96,3% 97,0% 97,3% **97,8**%

Alojamento 91,8% 93,1% 94,8% 95,9% **95,2%**

Serviço de táxi 91,4% 91,3% 92,2% 92,1% **92,1%**

Aeroporto 73,2% 77,5% 93,4% 92,4% **91,5%**

Guias de turismo 86,3% 85,1% 86,3% 87,3% **90,6%**

Informação turística 79,5% 85,2% 87,1% 83,8% 86,1%

Transporte público 75,3% 79,6% 82,6% 82,6% 84,7%

Sinalização turística 67,6% 72,1% 74,8% 76,0% 78,2%

Rodovias 66,7% 69,3% 71,3% 73,0% 72,9%

Telecomunicações 63,3% 64,3% 66,1% 71,3% 71,7%

Segurança pública 68,9% 71,7% 72,9% 73,3% 71,4%

Limpeza pública 70,7% 71,1% 70,4% 71,4% 71,3%

Preços 41,6% 47,5% 63,5% 68,6% 66,0%

Fonte: MTur 2019

Analisando-se os dados acima, temos alguns pontos muito bem valorizados pelos turistas estrangeiros nos aspectos Hospitalidade, Diversão Noturna, Gastronomia, Restaurante, Alojamento, Serviço de Táxi, Aeroporto e Guias de Turismo. Outros, por sua vez necessitam de melhorias e participação mais atuante do poder público com apoio da iniciativa privada.

**Procedência dos Turistas Nacionais**

Entres os turistas nacionais a preponderância de visitantes é do próprio Estado de São Paulo e daqueles mais próximos, como Minas Gerais, Rio de Janeiro e Paraná

**Classificação Estado de Residência (%)**

1º São Paulo 65,3%

 2º Minas Gerais 6,8%

3º Paraná 6,0%

4º Santa Catarina 4,2%

5º Rio de Janeiro 4,0%

6º Rio Grande do Sul 2,6%

7º Bahia 1,5%

8º Goiás 1,4%

9º Distrito Federal 1,3%

10º Mato Grosso do Sul 1,1%

A avaliação da cidade por turistas nacionais apresenta aspectos positivos nos itens:

Opções de Compras 86,7%

Opções Gastronômicas 86,0%

Atrativos Culturais e Entretenimento 70,4%

Entretanto, alguns pontos como Segurança, Limpeza Urbana, Transporte Público e Centrais de Informações Turísticas, necessitam de aprimoramento, conforme objetivado no Platum.

Abaixo, temos de forma resumida e apresentando alguns números sobre a cidade de São Paulo indicando o que tem a oferecer aos turistas que nos visitam.

1. **Atrativos Culturais**
* 123 museus e o recentemente inaugurado o Museu da Independência.
* 433 cinemas e salas de exibição
* 119 teatros
* 42 mirantes
* 126 parques
* 5 áreas de proteção ambiental
* 3 locais para prática de esportes náuticos
* 9 estádios
* 6 campos de golfe
1. **Eventos**
* Em 2018: mais de 300 congressos e convenções
* Cinco grandes centros de exposições somam 294 mil m²
* Total de espaços para eventos somam 4,4 milhões de m²
* O Allianz Parque foi o estádio que mais recebeu mega shows no mundo em 2017
* Corrida Internacional de São Silvestre
* Carnaval de rua
* Parada do Orgulho LGBT+
* Grande Prêmio São Paulo de Fórmula 1
* ComicCon Experience – CCXP
* Em 2018 foram cadastrados mais de 2 mil eventos no calendário do Visite SP
1. **Gastronomia¹**
* 20.000 restaurantes
* 58 tipos de culinárias entre nacionalidades regionalidades
* 30.000 bares

 ¹ Dados ABRASEL 2018

1. **Hotelaria**
* 403 hotéis
* 79 hostels
* 45.000 quartos
* 80.000 leitos nos hotéis
* 14.000 anúncios de aluguel por temporada
1. **Infraestrutura**
* 4 aeroportos conectados a 29 países (2 aeroportos ficam foram da cidade - o Aeroporto Internacional de São Paulo/Guarulhos o segundo maior da América Latina e Caribe, é servido pela linha Jade do Metrô e pelo sistema Airport Bus Service).
* 187 Helipontos
* 1 Heliporto
* 23 municípios interligados
* 7 linhas e 94 estações de trens metropolitanos
* Metrô com 104,4km em 6 linhas e 91 estações
* 3 terminais rodoviários com 1.359 municípios brasileiros e 19 internacionais conectados
* 667km de ciclovias/ciclofaixas e 32,1km de ciclorrotas
* 72 bicicletários com 802 vagas em 29 locais
* 9 aplicativos de transporte, sendo 3 exclusivos para mulheres
1. **Compras**
* 56 Shopping Centers
* 16 mercados públicos, com destaque para o Mercado Municipal
* Feiras de artesanato, sendo as mais famosas da Praça da República e do bairro da Liberdade
* Feiras de antiguidades: no Masp e Praça Benedito Calixto
1. **Serviços de apoio**
* 5 Centrais de Informações Turísticas (CITs) promovem e divulgam os atrativos, inclusive em Libras
* 823 guias de turismo
* 48 agências de turismo identificadas pela SP Turis como de caráter receptivo
* 16 agências oferecem passeios alternativos a pé ou de bike
* 31 corretoras de câmbio disponibilizam 103 lojas
* 326 empresas cadastradas para transporte turístico

Apesar da pandemia relacionada à Covid-19 ter afetado consideravelmente a economia, São Paulo continua sendo uma das mais importantes cidades no cenário mundial. Foi classificada pela Globalization and World Cities Research Network – GaWC, em 2020, na categoria Alpha, junto com cidades como Chicago, Los Angeles, Milão e Sydney, entre outras.

Capital dos negócios, da gastronomia e do entretenimento, oferece um bom cenário para receber bem os turistas nacionais e internacionais. A Prefeitura de São Paulo tem conhecimento que há muito por se fazer em relação a infraestrutura de serviços e obras e o Plano de Turismo - PLATUM tem o objetivo de desencadear o processo de desenvolvimento da indústria do turismo na capital.

Dados de 2018 mostram que São Paulo foi visitada por aproximadamente 12,8 milhões de turistas brasileiros e 2,9 milhões de estrangeiros. Foram arrecadados R$330 milhões com ISS (Imposto Sobre Serviços) em função dos gastos realizados pelos turistas em torno de R$12,9 bilhões.

Visando estabelecer um número diversificado e atraente não só para os turistas, mas para toda população, [por meio das portarias nº 376/2022 e 1209/2022](https://legislacao.prefeitura.sp.gov.br/leis/portaria-prefeito-pref-376-de-22-de-marco-de-2022), a Prefeitura de São Paulo estabeleceu os seguintes eventos para o **Calendário de Eventos Estratégicos** da cidade**:**

[Por meio das portarias nº 376/22 e 1209/2022,](https://legislacao.prefeitura.sp.gov.br/leis/portaria-prefeito-pref-376-de-22-de-marco-de-2022) a Prefeitura estabeleceu um **Calendário de Eventos Estratégicos** para a cidade:

* Festividades do Aniversário de São Paulo
* Comemoração do Centenário da Semana de Arte Moderna
* Lollapalooza Brasil
* Maratona Internacional de São Paulo
* Desfiles Oficiais das Escolas de Samba de São Paulo
* Virada Cultural
* Parada do Orgulho LGBT
* São Paulo Fashion Week
* Bienal Internacional do Livro
* Marcha para Jesus
* Campus Party São Paulo
* São Paulo Motor Experience
* Bicentenário da Independência
* Jornada do Patrimônio
* Virada Sustentável
* São Paulo Oktoberfest
* Virada Esportiva
* Grande Prêmio São Paulo de Fórmula 1
* Mesa São Paulo
* São Paulo Tech Week
* Comic Con Experience (CCXP)
* Festejos Natalinos Oficiais da Cidade de São Paulo
* Corrida Internacional de São Silvestre
* Réveillon na Paulista
* Festival Solos
* Ironman 70.3
* Primavera Sound
* Expo Consciência Negra

|  |
| --- |
| Além do **Calendário de Eventos**, alguns passeios representam um pouco da nossa cultura e de nossos atrativos. Abaixo algumas sugestões:- Comer sanduíche de mortadela e pastel de bacalhau no [Mercado Municipal](http://www.cidadedesaopaulo.com/sp/o-que-visitar/pontos-turisticos/204-mercado-municipal) |
| - Se emocionar com os Cantos Gregorianos do [Mosteiro de São Bento](http://www.cidadedesaopaulo.com/sp/o-que-visitar/pontos-turisticos/205-mosteiro-de-sao-bento) |
| - Assistir a um concerto na [Sala São Paulo](http://www.cidadedesaopaulo.com/sp/o-que-visitar/pontos-turisticos/222-sala-sao-paulo) ou no [Teatro Municipal](http://www.cidadedesaopaulo.com/sp/o-que-visitar/pontos-turisticos/226-teatro-municipal) |
| - Apreciar a vista do [Farol](http://www.cidadedesaopaulo.com/sp/o-que-visitar/pontos-turisticos/178-banespao-edificio-altino-arantes) Santander (Antigo Banespa) e visitar o centro de cultura, empreendedorismo, lazer e gastronomia |
| - Assistir um musical em uma das grandes casas de espetáculos da cidade; |
| - Fazer um roteiro de compras entre a [Rua 25 de Março, os bairros do Brás e do Bom Retiro](http://www.cidadedesaopaulo.com/sp/o-que-visitar/pontos-turisticos/180-bras-bom-retiro-e-rua-25-de-marco); |
| - Jantar no [Terraço Itália](http://www.cidadedesaopaulo.com/sp/o-que-visitar/pontos-turisticos/185-edificio-italia) apreciando a vista em 360º de São Paulo; |
| - Visitar um dos grandes museus da cidade, como Masp, o Museu do Ipiranga ou o Museu do Futebol; |
| - Curtir os bares da [Vila Madalena](http://www.cidadedesaopaulo.com/sp/o-que-visitar/pontos-turisticos/231-vila-madalena) e as baladas da [Vila Olímpia](http://www.cidadedesaopaulo.com/sp/br/o-que-visitar/atrativos/pontos-turisticos/1710-vila-olimpia); |
| - Visitar o [Parque do Ibirapuera](http://www.cidadedesaopaulo.com/sp/o-que-visitar/pontos-turisticos/212-parque-do-ibirapuera) e suas atrações; |
| - Fechar a noite numa das inúmeras padarias 24 horas da cidade; |
| - Caminhar à noite pela [Avenida Paulista](http://www.cidadedesaopaulo.com/sp/o-que-visitar/pontos-turisticos/177-avenida-paulista); |
| - Visitar o diferente [Museu da Língua Portuguesa](http://www.cidadedesaopaulo.com/sp/o-que-visitar/pontos-turisticos/207-museu-da-lingua-portuguesa) e a incrível [Pinacoteca](http://www.cidadedesaopaulo.com/sp/o-que-visitar/pontos-turisticos/217-pinacoteca-do-estado), ambos na Luz; |
| - Conhecer centenas de espécies de animais no [Zoológico](http://www.cidadedesaopaulo.com/sp/o-que-visitar/pontos-turisticos/232-zoologico) e dar uma esticada até o [Jardim Botânico](http://www.cidadedesaopaulo.com/sp/o-que-visitar/pontos-turisticos/194-jardim-botanico); |
| - Conferir o cardápio de uma das cantinas do [Bixiga](http://www.cidadedesaopaulo.com/sp/br/o-que-visitar/atrativos/pontos-turisticos/500-bairro-do-bixiga); |
| - Visitar a rota das grandes grifes internacionais na rua Oscar Freire e em vários Shopping Centers; |
| - Tomar um chá no restaurante Skye, do Hotel Unique; |
| - Assistir a um páreo no [Jockey Club](http://www.cidadedesaopaulo.com/sp/o-que-visitar/pontos-turisticos/199-jockey-club-de-sao-paulo); |
| - Subir no [Pico do Jaraguá](http://www.cidadedesaopaulo.com/sp/o-que-visitar/pontos-turisticos/216-pico-do-jaragua); |
| - Passar um dia relaxando em um dos vários [spas](http://www.cidadedesaopaulo.com/sp/o-que-visitar/pontos-turisticos/225-spas-urbanos), com direito a banho de ofurô e massagem relaxante; |
| - Visitar as [feiras da Liberdade e da Praça Benedito Calixto](http://www.cidadedesaopaulo.com/sp/o-que-visitar/pontos-turisticos/187-feiras-de-artesanato-e-antiguidades); |
| - Ir a uma das 6.000 [pizzarias](http://www.cidadedesaopaulo.com/sp/br/noticias/1893-dia-da-pizza-10-de-julho) da cidade; |
| - Conferir uma corrida no [Autódromo de Interlagos](http://www.autodromointerlagos.com/); |
| - Assistir a uma partida de futebol em dos estádios da cidade; |
| - Passear em umas das mega livrarias de São Paulo, como a Cultura, do Conjunto Nacional, a Martins Fontes, na Paulista; |
| - Visitar uma das centenas de [exposições da cidade](http://www.cidadedesaopaulo.com/sp/exposicoes); |
| - Tomar um café em uma das cafeterias internacionais, como Havana e Starbucks; |
| - Passear pelo Centro Histórico, passando pelo [Pateo do Collegio](http://www.cidadedesaopaulo.com/sp/o-que-visitar/pontos-turisticos/215-pateo-do-collegio), Largo São Francisco, Marco Zero e [Catedral da Sé](http://www.cidadedesaopaulo.com/sp/o-que-visitar/pontos-turisticos/8-catedral-da-se); |
| - Visitar uma grande feira em um centro de convenções como o [Parque Anhembi](http://www.anhembi.com.br/); |
| - Participar de um ensaio de carnaval em uma quadra de escola de samba.Não podemos esquecer o público infantil e juvenil. Neste aspecto a cidade está repleta de atrações. Algumas delas:- Museu Catavento- Museu do Futebol atendendo interesse de pais e filhos- Aquário de São Paulo- Museu da Imaginação- Parque da Mônica- Instituto Butantan- Cidade da Criança- Museu do Inseto |

 Além desses muitos outros espaços e atividades são preparados em períodos de férias.

**TRABALHO A SER DESENVOLVIDO PELAS AGÊNCIAS**

As informações apresentadas anteriormente tiveram o objetivo de mostrar alguns elementos básicos sobre o turismo de um modo geral. Sabendo que por tratar-se de um tema extenso e por ser uma indústria que evolui e se torna cada vez mais sofisticada, a Prefeitura de São Paulo elaborou o **Plano de Turismo Municipal Cidade de São Paulo 2019/2021 Perspectiva 2030,** que recomendamos a leitura.

E face os diversos tipos de turismo e tendo em vista a sobreposição ou melhor a complementariedade entre eles, o trabalho para análise e julgamento será uma campanha de propaganda institucional com foco no:

**Turismo de Lazer na cidade de São Paulo**

Por ser o Turismo de Lazer abrangente e que reúne as mais diversas atividades que a cidade oferece: cultura, gastronomia, passeios, diversão, entretenimento e até mesmo o aspecto religioso no sentido de visitação a templos e igrejas, é que vislumbramos esse como o caminho de entrada para atração de turistas.

O plano de comunicação deve despertar o interesse na visitação à cidade de São Paulo, desenvolver formas para que o eventual turista prepare sua viagem e obtenha as informações necessárias para tal.

A veiculação das peças criadas e as mídias a serem definidas devem atingir os níveis eficazes de frequência, cobertura, audiência e empatia ao tema.

**Área de Cobertura**

Como vimos anteriormente, aproximadamente 65% dos turistas nacionais visitando a cidade de São Paulo, são provenientes do próprio **Estado de São Paulo**. Assim sendo a mídia deve considerar essa área geográfica.

A proposta a ser apresentada deve conter o planejamento, conceituação, criação e concepção e o plano de mídia no sentido de atender o exercício proposto, de acordo com as regras do presente edital.

**Público Alvo**

Ambos os sexos, adultos (18 +), casados, solteiros, com ou sem filhos.

**Período**

 30 dias

**Verba Referencial para o exercício**

A verba de referência para elaboração do exercício proposto, incluindo mídia e todas as demais despesas pertinentes é de **R$** **6.500.000,00** (seis milhões e quinhentos mil reais).

**CONCORRÊNCIA Nº 002/SECOM/2022**

**PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE PARA ELABORAÇÃO DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS PARA INCENTIVAR OS TURISMOS DE NEGÓCIOS, SAÚDE E LAZER NA CIDADE DE SÃO PAULO**

**ANEXO II**

**CREDENCIAMENTO DO REPRESENTANTE LEGAL**

**À**

**PREFEITURA DE SÃO PAULO**

**SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO**

**COMISSÃO ESPECIAL DE PROCEDIMENTO LICITATÓRIO**

**ENDEREÇO: Viaduto do Chá, n.º 15, 6º andar, Centro.**

**REF.: Processo n.º 6010.2022/0002859-6**

Prezados Senhores

Em cumprimento dos ditames Editalícios, credenciamos junto à **PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO**, O Sr. (a)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, Carteira de Identidade nª\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, Órgão Expedidor\_\_\_\_\_\_\_\_, CPF nº \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, ao qual outorgamos poderes específicos para praticar todos os atos inerentes ao certame em referência.

Na oportunidade declaramos que temos pleno conhecimento de todas as disposições relativas à licitação em causa e concordamos com as condições constantes no Edital e seus Anexos.

Nome da Agência Licitante:

CNPJ nº

Nome por extenso do Representante Legal

Assinatura do Representante Legal

Cargo:

R.G.

**CONCORRÊNCIA Nº 002/SECOM/2022**

**PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE PARA ELABORAÇÃO DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS PARA INCENTIVAR OS TURISMOS DE NEGÓCIOS, SAÚDE E LAZER NA CIDADE DE SÃO PAULO**

**ANEXO III**

**PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO**

**PREFEITURA DE SÃO PAULO**

**SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO**

**COMISSÃO ESPECIAL DE PROCEDIMENTO LICITATÓRIO**

**ENDEREÇO: Viaduto do Chá, n.º 15, 6º andar, Centro.**

**REF.: Processo n.º 6010.2022/0002859-6**

Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos conforme descrito no **Anexo I – Briefing** e no **Item 2** – **DO OBJETO**.

1. Desconto a ser concedido à **PREFEITURA DE SÃO PAULO** sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo \_\_\_\_\_\_\_% (\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_por cento);
2. Honorários de \_\_\_\_\_\_% (\_\_\_\_\_\_\_\_\_por cento) incidentes sobre os custos comprovados realizados com a efetiva intermediação da **CONTRATADA** referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição **lhe** proporcione o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação;
3. Honorários de \_\_\_\_\_\_% (\_\_\_\_\_\_\_\_\_por cento) incidentes sobre os custos comprovados realizados com a efetiva intermediação da **CONTRATADA** referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição **não** lhe proporcione o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação;
4. Honorários de \_\_\_\_\_\_% (\_\_\_\_\_\_\_\_\_por cento) a serem cobrados da **PREFEITURA DE SÃO PAULO**, incidentes sobre os custos e previamente autorizados de outros serviços incumbidos a terceiros, sob a Supervisão da Agência.

São Paulo\_\_\_\_\_de\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_de 2023

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Nome do Responsável da Licitante

CPF nº

**Obs.: Esta declaração deverá ser feita em papel timbrado da empresa.**

**CONCORRÊNCIA Nº 002/SECOM/2022**

**PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE PARA ELABORAÇÃO DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS PARA INCENTIVAR OS TURISMOS DE NEGÓCIOS, SAÚDE E LAZER NA CIDADE DE SÃO PAULO**

**ANEXO IV**

**DECLARAÇÃO DE PLENO ATENDIMENTO AOS REQUISITOS DE CONTRATAÇÃO**

**À**

**PREFEITURA DE SÃO PAULO**

**SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO**

**COMISSÃO ESPECIAL DE PROCEDIMENTO LICITATÓRIO**

**ENDEREÇO: Viaduto do Chá, n.º 15, 6º andar, Centro.**

**REF.: Processo n.º 6010.2022/0002859-6**

A Agência\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, inscrita no CNPJ n.º \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, sediada em \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, na Rua/Av.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_nº\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, **DECLARA**, para os devidos fins do disposto no Edital de Licitação em referência que:

* se sujeita a todas as condições deste Edital;
* assume inteira responsabilidade pelos serviços bem como pelos demais encargos derivados da contratação;
* tem pleno conhecimento das condições de execução dos serviços e das especificações técnicas que integram o Edital;
* responde pela veracidade de todas as informações constantes nas propostas apresentadas.

Local e Data:

Assinatura do representante legal da agência perante a licitação

Nome por extenso

RG

CPF/MF

**CONCORRÊNCIA Nº 002/SECOM/2022**

**PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE PARA ELABORAÇÃO DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS PARA INCENTIVAR OS TURISMOS DE NEGÓCIOS, SAÚDE E LAZER NA CIDADE DE SÃO PAULO**

**ANEXO V**

**DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATOS IMPEDITIVOS DE HABILITAÇÃO**

**À**

**PREFEITURA DE SÃO PAULO**

**SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO**

**COMISSÃO ESPECIAL DE PROCEDIMENTO LICITATÓRIO**

**ENDEREÇO: Viaduto do Chá, n.º 15, 6º andar, Centro.**

**REF.: Processo n.º 6010.2022/0002859-6**

A empresa \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, inscrita no CNPJ sob n.º \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, com sede na \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, **DECLARA** sob as penas da Lei, que até a presente data inexistem fatos impeditivos para a sua habilitação no presente processo licitatório, estando ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

Outrossim, declara cumprir plenamente os requisitos de habilitação.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_de\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_de 2023.

Nome:

R.G:

Assinatura:

**OBS: Esta declaração deverá ser apresentada no original.**

**CONCORRÊNCIA Nº 002/SECOM/2022**

**PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE PARA ELABORAÇÃO DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS PARA INCENTIVAR OS TURISMOS DE NEGÓCIOS, SAÚDE E LAZER NA CIDADE DE SÃO PAULO**

**ANEXO VI**

**DECLARAÇÃO DO CUMPRIMENTO DO DISPOSTO NO INCISO XXXIII DO ARTIGO 7º DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL**

**À**

**PREFEITURA DE SÃO PAULO**

**SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO**

**COMISSÃO ESPECIAL DE PROCEDIMENTO LICITATÓRIO**

**ENDEREÇO: Viaduto do Chá, n.º 15, 6º andar, Centro.**

**REF.: Processo n.º 6010.2022/0002859-6**

Eu,\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, portador do RG n.º \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, legalmente nomeado representante da empresa \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, CNPJ nº \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_,

Licitante no procedimento licitatório nº **002/SECOM/2022**, na modalidade de **CONCORRÊNCIA**, **DECLARA,** para fins do disposto no artigo 7º, inciso XXXIII, que não emprega menores de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos.

(Se empregar menor de dezesseis anos na condição de aprendiz, completar o texto com: “Exceto na condição de aprendiz”).

São Paulo, \_\_\_\_\_\_de \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de 2023.

Nome:

RG:

Cargo:

**CONCORRÊNCIA Nº 002/SECOM/2022**

**PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE PARA ELABORAÇÃO DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS PARA INCENTIVAR OS TURISMOS DE NEGÓCIOS, SAÚDE E LAZER NA CIDADE DE SÃO PAULO**

**ANEXO VII**

**MINUTA DE CONTRATO**

**ÍNDICE**

**Cláusula Primeira – Objeto;**

**Cláusula Segunda – Prazo;**

**Cláusula Terceira - Condições da Prestação de Serviços;**

**Cláusula Quarta - Obrigações e Responsabilidades da Contratada;**

**Cláusula Quinta – Fiscalização e Aceitação dos Serviços;**

**Cláusula Sexta – Obrigações da CONTRATANTE;**

**Cláusula Sétima – Valor e Remuneração;**

**Cláusula Oitava – Condições de pagamento;**

**Cláusula Nona – Impostos e Incidências Fiscais;**

**Cláusula Décima – Recursos Orçamentários;**

**Cláusula Décima Primeira – Sanções e Multas;**

**Cláusula Décima Segunda – Garantia de Execução Contratual;**

**Cláusula Décima Terceira – Propriedade e Autoria;**

**Cláusula Décima Quarta – Rescisão;**

**Cláusula Décima Quinta – Condições Gerais;**

**Cláusula Décima Sexta – Legislação / Casos omissos;**

**Cláusula Décima Sétima – Foro.**

**MINUTA DO CONTRATO**

**A PREFEITURA DE SÃO PAULO**, inscrita no CNPJ sob o nº 46.395.000/0001-39, neste ato representada pelo **SECRETARIO ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO**, o Senhor \_\_\_\_\_\_\_\_com sede nesta Capital, no Viaduto do Chá, 15, 6º andar, doravante designada **CONTRATANTE**, e a empresa \_\_\_\_\_\_\_doravante designada **CONTRATADA** inscrita no CNPJ sob o nº \_\_\_\_\_\_\_\_, com sede nesta Capital, à \_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_, CEP\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, neste ato representada por seu(s) Representante(s) Legal(is)ao final assinado(s), têm entre si justo e contratado o seguinte:

**CLÁUSULA PRIMEIRA – OBJETO**

* 1. Constitui objeto deste Contrato a prestação de serviços técnicos de Publicidade para elaboração de Campanhas Publicitárias para incentivar os Turismos de Negócios, Saúde e Lazer na cidade de São Paulo.
	2. Estes serviços compreendem:
1. 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, de acordo com os objetivos de comunicação da Secretaria Especial de Comunicação**;**
2. o planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação, que tenham por finalidade exclusiva de gerar conhecimento sobre o mercado de atuação da PMSP, por intermédio da Secretaria Especial de Comunicação e do seu público alvo, para o planejamento estratégico e a criação das peças publicitárias;
3. a produção e a execução técnicas das peças e projetos publicitários criados;
4. a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras e comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens em consonância com novas tecnologias, se atendidas as prescrições estabelecidas para as ações publicitárias contratadas;
5. o desenvolvimento, implantação e acompanhamento de ações diretas de comunicação com o público voltado aos Turismos de Negócios, Saúde e Lazer, desde que estejam inseridas e sejam pertinentes no contexto de uma campanha publicitária.
	1. A prestação de serviços objeto deste Contrato reger-se-á pelo disposto no artigo 37, parágrafo 1º da Constituição da República Federativa, pelo artigo 85 da Lei Orgânica do Município de São Paulo, pelas disposições específicas contidas na Lei Federal nº 4.680 de 18/05/65, que dispõe sobre o exercício da profissão de publicitário e de agenciador de propaganda, regulamentada pelo Decreto Federal nº 57.690, de 01/02/66 e Decreto Federal nº 4563 de 31/12/02, pelas Normas – Padrão para prestação de serviços de comunicação e suas recíprocas relações vigentes do Conselho Executivo das Normas Padrão- CENP, conforme normas previstas no Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e pelas disposições contidas no capítulo III da Lei Federal 12.232, de 29/04/10.
	2. Os serviços previstos no item **1.2** não abrangem as atividades de patrocínio, de assessorias de imprensa, de comunicação e de relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza, vedados pelo § 2º do art. 2º da Lei 12.232 de 29/04/10.
	3. Não se inclui no conceito de patrocínio mencionado no item precedente o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem, como veículos de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículos de comunicação.
	4. Os serviços abrangem todos os tipos de divulgação, referentes à Publicidade de Negócios, Saúde e Lazer na cidade de São Paulo, nos estritos termos do artigo 37, parágrafo 1º, da Constituição da República Federativa e pelo artigo 85 da Lei Orgânica do Município de São Paulo.

**CLÁUSULA SEGUNDA – PRAZO**

**2.1.** O prazo de duração deste Contrato será de 12 (doze) meses, contados a partir da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado por iguais ou menores períodos, nos termos do inciso II do art. 57 da Lei Federal 8.666/93, observado o limite fixado em Lei.

**CLÁUSULA TERCEIRA – CONDIÇÕES DE PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS**

**3.1.** Passam a fazer parte deste contrato – e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condições aqui não expressamente alterados – o Edital de Concorrência nº 002/SECOM/2022 e seus anexos, bem como a proposta da empresa contratada.

**3.2.** Os serviços, objeto do presente Termo são contratados com agência de propaganda, cujas atividades são disciplinadas pela Lei nº 4.680 de 18/06/65 e que estejam certificadas, sob escopo de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do§ 1º do art. 4º da Lei Federal nº 12.232 de 29/04/10.

**3.2.1**. A agência atuará por ordem e conta da Secretaria Especial de Comunicação, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680 de18/06/65, executando estes serviços com seus próprios recursos ou mediante a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados para a execução das atividades complementares de que trata o § 1º do art. 2º da Lei 12.232 de 29/04/10, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

**3.2.2**. A agência deve utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na **Proposta Técnica** da concorrência que deu origem a este ajuste, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal a Secretaria Especial de Comunicação**.**

**3.2.3**. A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos na Cláusula Primeira deste instrumento.

**3.3**. Todo o serviço a ser prestado pela **CONTRATADA** deverá ser precedido de apresentação da competente Nota de Empenho e de Ofício dirigido à **CONTRATADA** de incumbência da equipe da Secretaria Especial de Comunicação.

**3.4**. O valor dos serviços será orçado pela **CONTRATADA** para cada caso, obedecendo-se, rigorosamente, sob pena de responsabilidade, sua compatibilidade com os preços de mercado, e deverão sempre ser submetidos à apreciação do Gestor do Contrato designado pela Secretaria Especial de Comunicação, que decidirá quanto á sua aprovação.

**3.4.1**. Para o fornecimento de bens e serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste Contrato, a **CONTRATADA,** deve apresentar, sempre que possível, no mínimo, 03 (três) orçamentos obtidos entre pessoas ou empresas que atuem no mercado do ramo de fornecimento pretendido, nos termos do § 1º do art. 14 da Lei Federal 12.232 de 29/04/10.

**3.4.2**. Toda e qualquer contratação deverá ser autorizada por essa Secretaria mediante aprovação de proposta orçamentária eleita após coleta de orçamentos seguindo a previsão do item anterior.

**3.4.3**. Caso o valor estimado da contratação seja superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a **CONTRATADA** procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e fiscalizada pela equipe da Secretaria Especial de Comunicação, nos termos do § 3º do art. 14 da Lei Federal 12.232 de 29/04/10.

**3.4.4**. A **CONTRATADA** deverá exigir dos fornecedores que constem da cotação que os materiais ou serviços que a compõem, tenham os seus preços unitários e total e sempre que necessário, com detalhamento de suas especificações. A cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação; e juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade - CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

**3.4.5**. Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a **CONTRATADA** deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da equipe da Secretaria Especial de Comunicação**.**

**3.4.6**. Se e quando julgar conveniente, a Secretaria Especial de Comunicação poderá:

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

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

**3.4.7**. Cabe a **CONTRATADA** informar, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas na **Cláusula Décima Terceira** para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos, não a eximindo, entretanto, de negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes na **Cláusula Décima Terceira** infra.

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

 **(i)** um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;

 **(ii)** dirigente ou empregado da **CONTRATADA** tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

**3.5** A compra de espaços de mídia devem ser precedidas de acordo com o parágrafo único do art.15 da Lei Federal nº 12.232/10, cuja regência prevê o repasse à Secretaria Especial de Comunicação das vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da **CONTRATADA**, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço, ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação, primando pela economicidade, sem que seja, no entanto, deprimida a qualidade técnica do plano de compra.

**3.5.1**. O disposto no item anterior não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à **CONTRATADA** e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010, ressalvado que a **CONTRATAD**A não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da Secretaria Especial de Comunicação, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados, sob pena de aplicação do disposto no § 3º da Lei Federal 12.232/10.

**3.5.2**. Os custos e as despesas de veiculação apresentados à Secretaria Especial de Comunicação para pagamento devem ser acompanhados da demonstração do valor devido o veículo e dos seguintes documentos:

**(i)** tabela de preços do veículo contratado com descrição dos descontos negociados;

**(ii)** pedidos de inserção correspondentes;

**(iii)** relatório de checagem de veiculação efetuada por empresa independente, sempre que possível.

**3.6**. A **CONTRATAD**A sempre deve obter a aprovação prévia da equipe da Secretaria Especial de Comunicação por escrito, para autorizar despesas com serviços especializados prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

**3.6.1**. A **CONTRATADA** só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos por ordem e conta da equipe da Secretaria Especial de Comunicação, se previamente a identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada.

**3.7**. Os originais dos materiais desenvolvidos para a execução dos serviços (arte, fotolito, VT, filmes, etc.,) ficam sob a guarda da **CONTRATADA**, mas disponíveis a qualquer tempo para a Secretaria Especial de Comunicação que poderá, a seu critério, requisitar cópias para comprovação da prestação de serviço e arquivo próprio, vedada a transferência de qualquer espécie ou uso além das finalidades solicitadas em plano de Campanha específica.

**3.8**. A **CONTRATADA**, deverá 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.

**3.9**. A **CONTRATADA** obrigar-se-á a prestar todas as informações da execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, com o propósito de disponibilizar estas informações em sítio próprio de livre acesso por quaisquer interessados, consoante os termos do art. 18 da Lei Federal 12.232/10.

**CLÁUSULA QUARTA – OBRIGAÇÕES E RESPONSABILIDADES DA CONTRATADA**

**4.1.** A **CONTRATADA** deverá, em até 5 (cinco) dias da assinatura deste instrumento, confirmar preposto para representá-la na execução deste Contrato, o qual deverá, obrigatoriamente, manter contato constante com o Gestor do Contrato designado pela Secretaria Especial de Comunicação, para recebimento de instruções de execução.

**4.2**. A **CONTRATADA** centralizará o comando da publicidade da Secretaria Especial de Comunicação na cidade de São Paulo e para esse fim manterá escritório sucursal ou filial, que opere como organização completa e forneça serviços de elevada qualidade. A seu juízo, a **CONTRATADA**, se sediada fora de São Paulo, poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para os serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas no item seguinte.

**4.3**. No prazo máximo de 30 (trinta) dias, contados da assinatura do Contrato, a **CONTRATADA** deverá nomear do seu quadro funcional do escritório, sucursal ou filial de São Paulo, no mínimo os seguintes profissionais:

* 01 (um) Diretor de atendimento e 01 (um) assistente;
* 01 (m) profissional na área de planejamento;
* 02 (duas) duplas de profissionais na área de criação, sendo uma sênior;
* 01 (um) Diretor de Mídia e 02 (dois) assistentes;
* 01 (um) profissional na área de produção impressa;
* 01 (um) profissional na área eletrônica;
* 01 (um) profissional em design e computação gráfica.

**4.4**. A **CONTRATADA**, além da execução dos serviços, objeto deste Contrato e de seus anexos, obrigar-se-á:

**4.4.1**. Garantir a manutenção dos recursos necessários à consecução dos serviços e responsabilizar-se pelo perfeito cumprimento dos mesmos;

**4.4.2**. Manter durante a execução do Contrato as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

**4.4.3**. Possuir as instalações, infraestrutura e os recursos materiais que declarou na fase licitatória.

**4.4.4**. Cumprir a sistemática de atendimento, discriminando as obrigações para a execução do Contrato, incluindo os prazos a serem praticados, na criação de peças avulsas ou de campanha e na elaboração de plano de mídia, conforme declarado na fase licitatória.

**4.4.5**. Colocar à disposição da Secretaria Especial de Comunicação**,** a discriminação de ferramentas de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia;

**4.4.6**. Tratar a questão dos direitos autorais conforme **Cláusula Décima Terceira – Propriedade e Autoria**.

**4.4.7**. Divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste Contrato, se houver expressa autorização da equipe da Secretaria Especial de Comunicação**.**

**4.4.8**. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação à equipe do Secretário Especial de Comunicação, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários da **CONTRATADA** pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria **CONTRATADA** ou por fornecedores e veículos por ela contratados.

**4.4.9**. Prestar esclarecimentos à equipe de Secretaria Especial de Comunicação sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a **CONTRATADA**, independentemente de solicitação.

**4.4.10**. Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.

**4.4.11**. Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

**4.4.12**. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.

**4.4.13**. Assumir, com exclusividade todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

**4.4.14**. Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

**4.4.15**. Apresentar, quando solicitado pela equipe da Secretaria Especial de Comunicação, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciárias e fiscais.

**4.4.16**. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e a própria **CONTRATANTE**.

**4.4.17**. Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da **CONTRATANTE**.

**4.4.17**.**1**. A infração a esse dispositivo, poderá implicar a rescisão deste contrato e sujeitará a **CONTRATADA** as penas da Lei nº 9.279 de 14.05.96, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

**4.4.18**. Responder perante a equipe da Secretaria Especial de Comunicação e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.

**4.4.19**. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a **CONTRATANTE**.

**4.4.20**. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

**4.4.21**. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a **CONTRATADA** adotará as providências necessárias no sentido de preservar a **CONTRATANTE** e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, se não o conseguir, e havendo condenação, reembolsará à **CONTRATANTE** as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

**4.4.22**. Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionados com os serviços objeto deste contrato.

**4.4.23**. Informar à **CONTRATANTE** os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a partir dos repasses efetuados pelo cliente por relatório, até o décimo quinto dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

**CLÁUSULA QUINTA – FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO DOS SERVIÇOS**

**5.1**. Sem restringir a plenitude da responsabilidade da **CONTRATADA**, a equipe da Secretaria Especial de Comunicação exercerá o mais amplo e completo acompanhamento dos serviços através do Gestor do Contrato.

**5.2**. A equipe da Secretaria Especial de Comunicação realizará semestralmente a avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela **CONTRATADA**, da diversificação dos serviços prestados e dos benefícios alcançados pela negociação de preços praticada pela **CONTRATADA**, junto aos veículos e fornecedores especializados.

**5.3**. Cabe a um membro da equipe da Secretaria Especial de Comunicação designada pelo Secretário Especial de Comunicação executar a fiscalização, registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terá poderes, entre outros, para, **através do GESTOR** notificar a **CONTRATADA**, objetivando sua correção.

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

**5.5**. A fiscalização pela equipe da Secretaria Especial de Comunicação em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da **CONTRATADA** pela perfeita execução dos serviços.

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

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

**5.8**. A aprovação dos serviços executados pela **CONTRATADA** ou por seus contratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

**5.9**. A ausência de comunicação por parte da **CONTRATANTE**, referente a irregularidade fiscal ou falhas, não exime a **CONTRATADA** das responsabilidades determinadas neste contrato.

**5.10**. À **CONTRATANTE** é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciada pela **CONTRATADA**.

**5.11**. A avaliação semestral, além de avaliar os quesitos discriminados no item **5.2** supra, será utilizada pela equipe da Secretaria Especial de Comunicação para apurar a necessidade de solicitar, da **CONTRATADA**, correções que visem a melhorar a qualidade dos serviços prestados, decidir sobre futura prorrogação de vigência ou rescisão contratual e fornecer, quando solicitado pela **CONTRATADA**, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

**5.12**. Cópia de instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada aos Gestores deste contrato e ficará à disposição de controle interno e externo.

**CLÁUSULA SEXTA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

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

**(i)** cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a **CONTRATADA**;

**(ii)** fornecer e colocar à disposição da **CONTRATADA** todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

**(iii)** proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

**(iv)** verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à **CONTRATADA** e às condições de contratação de fornecedores de bens e serviços especializados pela **CONTRATADA**;

**(v)** notificar formal e tempestivamente a **CONTRATADA** sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;

**(vi)** notificar a **CONTRATADA**, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

**6.2.** A juízo da **CONTRATANTE** a campanha publicitária integrante da **Proposta Técnica** que a **CONTRATADA** apresentou na concorrência que deu origem a este contrato poderá ou não vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

**CLÁUSULA SÉTIMA – VALOR E REMUNERAÇÃO**

**7.1.** Pela perfeita execução do objeto deste contrato e obedecidas as demais condições estipuladas neste instrumento, a **CONTRATANTE** pagará à **CONTRATADA** os preços estipulados em bases percentuais abaixo indicados, sendo estimada a importância de **R$ 80.000.000,00** (oitenta milhões de reais) com dispêndio com os serviços de publicidade pelo período de 12 (doze) meses.

 **7.1.1.** Honorários de \_\_\_% (\_\_\_\_\_\_\_ por cento) incidentes sobre os custos comprovados, realizados com a efetiva intermediação da **CONTRATADA,** referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição **lhe** proporcione o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação;

 **7.1.2**. Honorários de \_\_\_% (\_\_\_\_\_\_\_ por cento) incidentes sobre os custos comprovados, realizados com a efetiva intermediação da CONTRATADA, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição **NÃO** lhe proporcione o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação.

 **7.1.3.** Honorários de \_\_\_% (\_\_\_\_\_\_\_ por cento), a serem cobrados da PMSP, incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de outros serviços incumbidos a terceiros, sob a Supervisão da Agência.

 **7.1.4.** Dos valores constantes na Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo nos trabalhos desenvolvidos internamente pela(o) Agência, subtraído o desconto de \_\_\_% (\_\_\_\_\_\_\_ por cento) aceito pela **CONTRATADA,** estes Custos Internos passam a ser, na execução do contrato, a \_\_\_% (\_\_\_\_\_\_\_ por cento) da Tabela.

**7.2.** A **CONTRATADA** não poderá cobrar sobre os lay-outs reprovados.

**7.3.** A **CONTRATADA** apresentará, para o ressarcimento dos custos internos, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo e os preços correspondentes a serem cobrados da **CONTRATANTE**, conforme o percentual de desconto estabelecido na fase licitatória, acompanhada de exemplar da referida tabela, devidamente autenticada pelo Sindicato.

**7.4.** Além da remuneração prevista no subitem **7.1** deste Contrato, a **CONTRATADA** fará jus ao desconto de agência à base percentual bruto de 15% (quinze por cento) dos preços de tabela ou dos preços negociados de veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois, desconto este concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei Federal n.º 4.680/65, regulamentada pelo Decreto Federal n.º 57.690/66 e alterada pelo Decreto Federal n.º 4.563/2002.

 **7.4.1.** Dos 20% (vinte por cento) de desconto padrão de direito da **CONTRATADA,**  será repassado à **CONTRATANTE** cerca de 5% (cinco por cento), em consonância com o que estipula o Anexo B das Normas-Padrão do CENP, trazidos à regência da Administração Pública pelo Decreto Federal n.º 4.563/2002, do que resulta no percentual indicado no item **7.4** acima, como receita própria da agência.

**7.5.** As taxas contratadas incluem todas as despesas diretas e indiretas, inclusive seguros, tributos e encargos de qualquer natureza e quaisquer outras que onerem a prestação dos serviços.

**7.6.** A **CONTRATADA** não fará jus:

**(i)** ao ressarcimento das despesas referentes ao serviço de planejamento e execução de pesquisas de pré-testes de campanha, peça e materiais publicitários por ela executados;

**(ii)** reembolso de despesas com deslocamento de profissionais da **CONTRATADA**, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, garantida eventuais exceções, no exclusivo interesse da **CONTRATANTE**, que poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela **CONTRATADA**, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela **CONTRATANTE**.

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

 **7.6.2.** **A CONTRATADA** não fará jus ao desconto de agência pela veiculação de não mídia, assim considerados os meios que não implicam na compra de espaço ou tempo em veículos de divulgação para a emissão da mensagem publicitária.

**7.7.** As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse da **CONTRATANTE**, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

# CLÁUSULA OITAVA – CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

# 8.1. A CONTRATADA a cada serviço prestado ou fornecimento de bens materiais deverá apresentar:, conforme Portaria SF 170 de 31 de agosto de 2020:

#  (I) Uma Nota Fiscal/Nota Fiscal Eletrônica, que será emitida sem rasura, em letra legível, em nome da PREFEITURA DE SÃO PAULO, CNPJ/MF n.º 46.395.000/0001-39, da qual constará o número deste contrato e a correspondente Ordem de Execução de Serviços, junto com:

#  (II) A Primeira via do documento fiscal do fornecedor ou veículo;

#  (III) Os preços de tabela do veículo, o cálculo dos descontos obtidos e os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega.

# 8.2. Os documentos de cobrança e demais informações necessários à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento das despesas, deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à CONTRATANTE para o endereço situado no Viaduto do Chá, n.º 15, 6º andar.

#  8.2.1. O FISCAL/GESTOR deste contrato somente atestará os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas, conforme segue:

#  (I) Supervisão pela CONTRATADA de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do item 8.1;

#  (II) Efetiva intermediação pela CONTRATADA de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do item 8.1;

#  (III) Veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do item 8.1, da demonstração do valor devido ao veículo, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do item 8.4 infra.

#  8.2.2. Na ocorrência de falha em uma programação em mídia eletrônica, além das providências previstas no inciso III do item 8.2.1 a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

# 8.3. O pagamento das despesas será feito em até 15 (quinze) dias fora o mês de produção ou veiculação, após a apresentação dos documentos previstos nos itens 8.1 e 8.2.2 supra.

# 8.3.1. A CONTRATADA compromete-se a apresentar os documentos citados no item 8.3 supra, com antecedência de pelo menos 07 (sete) dias ao do vencimento de sua fatura, especialmente quanto às liquidações de veiculações, cujos vencimentos ocorrem, em grande parte, no dia 15 (quinze) fora o mês de veiculação, ou no dia 30 (trinta) do próprio mês de veiculação, conforme exposto no item anterior.

# 8.4. No tocante à veiculação, além do previsto no inciso III do subitem 8.2.1, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para a CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

#  (I) Revista: exemplar original, com seu correspondente comprovação de circulação, através do IVC (Instituto Verificador de Circulação) ou, quando não existente este informe para o veículo em questão, uma declaração de próprio punho;

#  (II) Jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre o período ou data de circulação, nome do Jornal e praça, com seu correspondente comprovante de tiragem, através do IVC ou, quando não existente este, informe para o veículo em questão, uma declaração de próprio punho;

#  (III) Demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo da empresa independente, se não restar demonstrada a impossibilidade de fazê-lo.

#  8.4.1. Nos casos em que restar demonstrada a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar:

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

#  (i.1) Como alternativa ao procedimento previsto no inciso (i), a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista no inciso (i) deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento “composto” contenha todas as informações previstas no inciso (i) deste subitem;

#  (i.2) Como alternativa ao conjunto de documentos previstos nos incisos (i) e (i.1) deste subitem, a CONTRATADA poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação;

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

#  (iii) Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente com o *print* da tela.

#  8.4.2. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos incisos (i), (ii) e (iii) do subitem 8.4.1 acima, serão estabelecidas formalmente pela CONTRATANTE, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

# 8.5. A CONTRATADA deverá apresentar Certificado de Regularidade de Situação de Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS, Certidão Negativa de Débitos junto à Previdência Social – CND, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias da Fazenda do Estado e do Município, sempre que um destes documentos obrigatórios estiver vencendo.

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

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

# 8.7. O pagamento será efetuado exclusivamente em conta corrente pessoa jurídica, no Banco do Brasil S/A, indicada pela CONTRATADA.

# 8.8. No caso de eventual falta de pagamento pela CONTRATANTE nos prazos previstos, o valor devido será corrigido financeiramente, mediante solicitação da CONTRATADA, em cumprimento ao inciso III do art. 55 da Lei Federal 8.666/93, e Portaria SF nº 05 de 05 de janeiro de 2012, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do IPCA- Índice de Preços ao Consumidor Amplo, mediante aplicação da seguinte fórmula:

# AF = [(1 + IPCA/100)N/30 – 1] x VP, na qual:

# IPCA = Percentual atribuído ao Índice de Preços ao Consumidor Amplo, com vigência a partir da data do adimplemento da etapa;

# AF = Atualização financeira;

# VP = Valor da etapa a ser paga, igual ao principal mais o reajuste;

# N – Número de dias entre a data do adimplemento da etapa e a do efetivo pagamento.

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

# 8.9. A CONTRATANTE não pagará nenhum compromisso assumido pela CONTRATADA, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

# 8.10. A CONTRATADA informará à CONTRATANTE os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a por meio de relatório, até o décimo quinto dia de cada mês, com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior, conforme obrigação já descrita no item 4.4.23 supra.

# 8.10.1. O não cumprimento de algum pagamento após 48 (quarenta e oito) horas de repasse da CONTRATANTE, apurado pelo Gestor, ou ainda por reclamação do fornecedor ou veículo, sem que seja apresentada justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado, poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da CONTRATADA, até que seja resolvida a pendência.

# 8.10.2. Não solucionada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, contados da notificação da CONTRATANTE, ficará caracterizada a inexecução contratual por parte da CONTRATADA.

#  8.10.2.1. Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 8.10.2, a CONTRATANTE, nos termos da Cláusula Décima Quarta, poderá optar pela rescisão deste contrato e/ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente ao fornecedor de serviços especializados ou ao veículo, conforme o caso.

# CLÁUSULA NONA – IMPOSTOS E INCIDÊNCIAS FISCAIS

# 9.1. Os tributos, taxas, impostos, emolumentos, contribuições fiscais e parafiscais que sejam devidos em decorrência, direta ou indireta da contratação, serão de exclusiva responsabilidade da CONTRATADA, assim definido na forma tributária, sem direito a reembolso.

# 9.2. Quando por dispositivo legal a CONTRATANTE for a fonte retentora, descontará e recolherá, no(s) respectivo(s) pagamento(s) que efetuar, os tributos e/ou contribuições.

# 9.3. Todo recolhimento de imposto efetuado, incorretamente e/ou com acréscimo de encargos, por responsabilidade da CONTRATADA, será glosado do faturamento que originou a incorreção.

# CLÁUSULA DÉCIMA – RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

# 10.1. As despesas a serem realizadas pela CONTRATADA, nos primeiros 12 (doze) meses, estão estimadas em R$ 80.000.000,00 (oitenta milhões de reais).

# 10.2. Os créditos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercicio 2023 estão consignados na seguinte dotação orçamentária: XXXXXX.

# CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – SANÇÕES E MULTAS

# 11.1. O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela CONTRATADA, sem justificativa aceita pela CONTRATANTE, poderá acarretar as seguintes sanções:

#  (i) Advertência;

#  (ii) Multa de mora e multa por inexecução contratual;

#  (iii) Suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a PMSP pelo período de até 02 (dois) anos;

#  (iv) Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

#  11.1.1. Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurado à CONTRATADA o contraditório e a ampla defesa.

#  11.1.2. As sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato devidamente justificado da autoridade competente.

# 11.2. A sanção de advertência poderá ser aplicada nos seguintes casos:

#  (i) descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente;

#  (ii) outras ocorrências que possam acarretar transtornos ao desenvolvimento dos serviços, a juízo da CONTRATANTE, desde que não caiba a aplicação de sanção mais grave.

#  11.2.1. No ato de advertência, a CONTRATANTE estipulará prazo para o cumprimento da obrigação e/ou responsabilidade mencionadas no inciso (i) e para a correção das ocorrências de que trata o inciso (ii), ambos do subitem 11.2.

# 11.3. O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela CONTRATADA, sem justificativa aceita pela CONTRATANTE, poderá acarretar as seguintes multas:

#  11.3.1. Atraso injustificado na execução de alguma ordem de serviço, multa moratória de 0,5% (cinco décimos por cento), calculada sobre o valor fixado na ordem de serviço, por dia de inadimplência, até o limite de 20 (vinte) dias úteis, caracterizando inexecução parcial;

#  11.3.2. Multa moratória de 0,1% (um décimo por cento) do valor total do Contrato, previsto no item 10.1, pelo não cumprimento de qualquer dos itens deste Contrato e/ou Anexos, por infração cometida, até o limite de 20 (vinte) dias úteis, caracterizando inexecução parcial;

#  11.3.3. Multa moratória de 1% (um por cento) calculada sobre o valor total do Contrato, previsto no item 10.1, pela inadimplência além dos prazos referidos nos itens 11.3.1 e 11.3.2, caracterizando inexecução total;

#  11.3.4. Pela inexecução total ou parcial do disposto neste Contrato e/ou seus Anexos, por imperícia ou desleixo da CONTRATADA, fica a agência impedida de participar das seleções internas, conforme previsto no subitem (iii) do item 11.1 acima.

#  11.3.5. A CONTRATADA ficará ainda sujeita:

# 11.3.5.1. À sanção de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública Municipal em razão de rescisão do presente contrato em virtude de atos ilícitos praticados;

# Pelo descumprimento de suas obrigações trabalhistas, ficando a CONTRATADA impedida de participar de licitações realizadas pela PMSP por 02 (dois) anos, em conformidade com o subitem (iv) do item 11.1 acima, e conforme disposto no art. 87, inciso III da Lei Federal 8.666/93.

# 11.4. As multas previstas nesta cláusula não terão caráter compensatório, mas meramente moratório e o pagamento delas não exima a CONTRATADA da reparação dos eventuais danos, perdas ou prejuízos que seu ato vier a acarretar.

# 11.5. As sanções são independentes e a aplicação de uma não exclui a das outras, sendo descontadas do pagamento respectivo ou, se for o caso, cobradas judicialmente.

# 11.6. O valor da multa poderá ser descontado da fatura ou crédito existente na Prefeitura da Cidade de São Paulo, em favor das licitantes vencedoras, sendo que, se o valor da multa for superior ao crédito existente, a diferença será cobrada na forma da lei.

# CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – GARANTIA DE EXECUÇÃO CONTRATUAL

# 12.1. A CONTRATADA prestará garantia em favor da CONTRATANTE, no valor de R$ 800.000,00 (oitocentos mil reais), correspondente a 1% (um por cento) do valor estimado para a execução dos serviços, na forma prevista no §1º do art. 56 da Lei Federal 8.666/93, no prazo de até 20 (vinte) dias, contados a partir da data da assinatura deste contrato.

# 12.2. Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a CONTRATADA deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

# 12.3. Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a CONTRATADA se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

# 12.4. Na hipótese de prorrogação deste contrato, a CONTRATANTE exigirá nova garantia , escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas no §1º do art. 56 da Lei n.º 8.666/93.

#  12.4.1. O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à CONTRATANTE no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis, contados da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

# 12.5. A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída , a pedido da CONTRATADA, no prazo máximo de 90 (noventa) dias após o término do prazo de vigência deste contrato, mediante certificação, por seu Gestor, de que os serviços foram realizados a contento e desde que tenham sido cumpridas todas a obrigações aqui assumidas.

#  12.5.1. Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base nos índices oficiais adotados para atualização dos débitos para com a Fazenda Municipal, até a disponibilização da restituição no sistema de restituição de valores da PMSP, de acordo com o que determina o §3º do artigo 11 da Portaria SF 76/2019.

# CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – PROPRIEDADE E AUTORIA

# 13.1. A CONTRATADA tratará da questão dos direitos autorais, estabelecendo:

#  13.1.1. A cessão, total ou definitiva, dos direitos patrimoniais à CONTRATANTE de uso das idéias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do Contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração acicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato.

#  13.1.1.1. O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona do presente ajuste;

#  13.1.1.2. A CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados, prepostos ou fornecedores;

#  13.1.1.3. A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Poder Municipal, sem que caiba a eles ou à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA;

#  13.1.1.4. Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente por intermédio das agências de propaganda com que mantenham contato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem utilizadas.

#  13.1.2. O compromisso de em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros – direitos de autor e conexos e direitos de uso de obras consagradas – solicitar 02 (dois) orçamentos para a execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão por 05 (cinco) anos de tais direitos, para que a CONTRATANTE escolha uma das opções.

#  13.1.3. Que nos casos de cessão de direitos por tempo limitado, condicionará a contratação de serviços com terceiros – direitos de autor e conexos e direitos de uso de obras consagradas – por período mínimo de 06 (seis) meses e que utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão.

#  13.1.4. O compromisso quando a CONTRATANTE optar pela execução dos serviços com a cessão por 05 (cinco) anos de fazer constar aos ajustes que vier a celebrar com terceiros, para a produção de peças e a apresentação de outros serviços, cláusulas escritas que:

#  13.1.4.1. Explicitem a cessão por 05 (cinco) anos, por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, produção e direção, a composição, arranjo e execução de trilha sonora, as matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados.

#  13.1.5. Que considerará como já incluída no custo de produção qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos, por tempo limitado ou por 05 (cinco) anos.

#  13.1.6. O compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os custos dos cachês, de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s) incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos.

#  13.1.7. O compromisso de fazer constar dos respectivos ajustes que celebrar com terceiros, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e todas as outras formas de imagens, que não impliquem direitos de uso de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

#  13.1.7.1. Que à CONTRATANTE serão entregues três cópias em Pen Drive, de todo o material produzido;

#  13.1.7.2. Cederá os direitos patrimoniais de uso desse material à CONTRATANTE, com cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material no prazo de 05 (cinco) anos, que poderá utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante a vigência do Contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos;

#  13.1.8. O compromisso de sempre negociar as melhores condições de preços, até os percentuais máximos de 70% (setenta por cento) para os direitos de imagem e som da voz (atores e modelos), dos direitos patrimoniais de autor e conexos e sobre obras consagradas, os casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

#  13.1.8.1. Que no caso de período de reutilização por menor prazo que o original, o valor a negociar deve considerar a regra de três simples;

#  13.1.8.2. Para uma nova repactuação de utilização, o valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se em tal caso, no máximo, a variado do Índice de Preços ao Consumidor – IPC/FIPE, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

# CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DA RESCISÃO

# 14.1. A CONTRATANTE poderá rescindir de pleno direito este Contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, sem que assista à CONTRATADA qualquer direito de reclamação ou indenização, cabendo as multas que forem aplicáveis, sem prejuízo da Cláusula Décima Primeira – Sanções e Multas, sempre que ocorrer.

# 14.1.1. Inadimplência de Cláusula Contratual por parte da Contratada;

# 14.1.2. Inobservância de programação, especificações e recomendações ou ainda pela ocorrência reiterada da mesma falta, sem justificativa aceita pelo Gestor do Contrato desta CONTRATANTE;

# 14.1.3. Liquidação judicial ou extrajudicial, recuperação judicial ou extrajudicial ou falência da CONTRATADA;

# 14.1.4. Imperícia, negligência, imprudência ou desídia na prestação dos serviços;

# 14.1.5. Transferência, no todo ou em parte, do objeto deste Contrato, sem prévia e expressa autorização da CONTRATANTE;

# 14.1.6. Envolvimento com escândalo público e notório;

# 14.1.7. Quebra do sigilo profissional;

# 14.1.8. Utilização, em benefício próprio ou de tercerios, de informações não divulgadas ao público e às quais tenham acesso por força de suas atribuições contratuais, contrariando condições estabelecidas pela CONTRATANTE.

# 14.2. O contrato poderá ainda ser rescindido pela CONTRATANTE, pelos motivos ou adicionados aos motivos, desde que não coincidentes, previstos nos artigos 77 e 78 da Lei Federal 8.666/93 e suas alterações.

# 14.3. Ocorrendo a rescisão, o mesmo se processará na forma prevista no art. 79 da Lei Federal 8.666/93 e suas consequências, sem prejuízo das sanções e multas previstas neste contrato, de acordo com o art. 80 Lei Federal 8.666/93.

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

# 14.5. Em caso de associação da CONTRATADA com outras empresas, de cessão ou transferência, total ou parcial, bem como de fusão, cisão ou incorporação, caberá à CONTRATANTE decidir sobre a continuidade do presente contrato, com base em documentação comprobatória que justifique quaisquer das ocorrências.

# 14.6. A rescisão, por alguns dos motivos previstos na Lei Federal 8.666/93, não dará à contratada o direito a indenização a qualquer título, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, com a exceção do que estabelece o art. 79, §2 da referida Lei.

# 14.7. A rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte da CONTRATANTE, a retenção dos créditos decorrentes deste contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste ajuste, até a completa indenização dos danos.

# CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – CONDIÇÕES GERAIS

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

# 15.2. A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial Da Cidade, a suas expensas, na forma prevista no art. 61, § único, da Lei Federal 8.666/1993.

# 15.3. São assegurados à CONTRATANTE todos os direitos e faculdades previstos na Lei n.º 8.078 de 11.09.90 (Código de Defesa do Consumidor).

# 15.4. A omissão ou tolerância das partes – em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

# CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – LEGISLAÇÃO/CASOS OMISSOS

# 16.1. O presente contrato rege-se pela Lei Federal nº 12.232 de 29.04.10, Lei Federal nº 8.666 de 21.06.93, Lei Municipal nº 13.278 de 07.01.02, Decreto Municipal nº 44.279 de 24.12.03 e demais normas complementares e suas disposições, que serão aplicadas aos casos omissos.

# CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – FORO

# 17.1. As partes elegem, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja, o Foro das Fazendas Públicas da Comarca da Cidade de São Paulo, para dirimir qualquer ação ou medida judicial decorrente deste contrato.

# E, por se acharem assim justas e contratadas, assinam o presente Contrato em 02 (duas) vias de igual teor e forma, diante das testemunhas abaixo indicadas, que também o assinam.

# São Paulo, \_\_\_ de \_\_\_\_\_\_\_\_\_ de 202\_.

# \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

# MARCUS VINICIUS SINVAL

# Secretário Especial de Comunicação

# \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

# CONTRATADA

# TESTEMUNHAS

# \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**CONCORRÊNCIA Nº 002/SECOM/2022**

**PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE PARA ELABORAÇÃO DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS PARA INCENTIVAR OS TURISMOS DE NEGÓCIOS, SAÚDE E LAZER NA CIDADE DE SÃO PAULO**

**ANEXO VIII**

**MODELO DE COMUNICADO DANDO PUBLICIDADE QUANTO À DATA DE REALIZAÇÃO DO SORTEIO E RELAÇÃO DOS CANDIDATOS CADASTRADOS JUNTO À ADMINISTRAÇÃO**

**AVISO – COMPOSIÇÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

A **PREFEITURA DE SÃO PAULO – PMSP,** através da equipe do **Secretário Especial de Comunicação**, comunica que se encontra aberta a licitação, conforme Aviso, na modalidade de **CONCORRÊNCIA**, do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, cujo objeto se dará pela forma de execução indireta pelo regime de empreitada por preços unitários, sob n.º **002/SECOM/2022**, vinculada ao processo **SEI n.º** ................................. e será regida pela Lei Federal n.º 12.232/10, e, de forma complementar pela Lei Federal n.º 8.666/93, Lei Federal n.º 4.680/65, Lei Municipal n.º 13.278/02, Decretos Regulamentadores e demais normas aplicáveis à espécie e disposições deste Edital.

Sessão Pública de Sorteio dos Membros da Subcomissão Técnica

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_/2022 (dez dias da data da publicação) às 10h30min no Viaduto do Chá, n.º 15, 6º andar, Centro, São Paulo/SP

# A subcomissão técnica será constituída por 03 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que 01 (um) deles não poderá manter vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a PMSP/SECOM.

# A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes da relação abaixo, que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados e será composta por pelo menos 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a PMSP.

|  |  |
| --- | --- |
| **Candidatos com vínculo funcional** | **RG** |
| 1) |   |
| 2) |   |
| 3) |   |
| 4) |   |
| 5) |   |
| 6) |   |
|   |   |
| **Candidatos sem vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a PMSP (art. 10 - Lei n.º 12.232/10) - Nome/Registro Funcional** |
| 1) |
| 2) |
| 3) |
|   |
|   |
|   |
|   |
|   |
|   |

# Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante na relação, mediante fundamentos jurídicos plausíveis.

# Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na subcomissão técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

# A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto nesse artigo.

# A data da sessão pública poderá ser alterada, em face de eventual impugnação, após decisão motivada da impugnação, garantidos o cumprimento do prazo mínimo de 10 (dez) dias e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

# O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da subcomissão técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com a PMSP.

# São Paulo, \_\_\_ de \_\_\_\_\_\_\_\_\_ de 2022.

# \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

# Presidente da Comissão Especial Procedimento Liciatório

# Secretaria Especial de Comunicação

**CONCORRÊNCIA Nº 002/SECOM/2022**

**PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE PARA ELABORAÇÃO DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS PARA INCENTIVAR OS TURISMOS DE NEGÓCIOS, SAÚDE E LAZER NA CIDADE DE SÃO PAULO**

**ANEXO IX**

# MODELO DA CARTA CONVITE

São Paulo, \_\_\_ de \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de 2022.

**À**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**Ao Senhor(a)**

**CONVITE**

A **PREFEITURA DE SÃO PAULO – PMSP,** representada pela **SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO**, com sede nesta Capital, no Viaduto do Chá, n.º 15, 6º andar, Centro, inscrita no CNPJ sob n.º \_\_\_\_\_\_\_, vem por meio desta comunicar a intenção de breve realização de licitação pública para contratação de Agência de Publicidade, conforme disposto na Lei Federal n.º 12.232/10.

Nesse sentido, solicitamos manifestar interesse em participar da Subcomissão Técnica da PMSP com a indicação de nome completo, CPF, RG, endereço, telefone, formação profissional e área de atuação (comunicação, publicidade e marketing). A manifestação de interesse deverá ser representada com o preenchimento e entrega do **Anexo X** – FICHA DE CADASTRO DE PESSOA FÍSICA PARA PARTICIPAÇÃO DO SORTEIO DE FORMAÇÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA DA CONCORRÊNCIA.

A PMSP aproveita o ensejo para convidar todos os interessados para comparecer à sessão pública no próximo dia \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_\_\_de 2022, no Viaduto do Chá, n.º 15, 6º andar, para definição por sorteio da composição da referida subcomissão técnica.

O seu não comparecimento na sessão indicada não o exime de participar da Subcomissão Técnica da PMSP, caso o seu nome seja sorteado, já que Vossa Senhoria já se pronunciou favoravelmente em participar dos trabalhos desta subcomissão, ao preencher a ficha de cadastro, que foi avaliada positivamente.

**CONCORRÊNCIA Nº 002/SECOM/2022**

**PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE PARA ELABORAÇÃO DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS PARA INCENTIVAR OS TURISMOS DE NEGÓCIOS, SAÚDE E LAZER NA CIDADE DE SÃO PAULO**

**ANEXO X**

# MODELO DA FICHA DE CADASTRO DE PESSOA FÍSICA PARA PARTICIPAÇÃO DO SORTEIO DE FORMAÇÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA DA CONCORRÊCIA N.º 002/SECOM/2022.

|  |
| --- |
| **Nome Completo:** |
| **CPF:** | **RG:** |
| **Formação profissional:** |
| **Área de atuação: (\_\_\_) Comunicação (\_\_\_) Publicidade (\_\_\_) Marketing** |

**São Paulo, \_\_\_ de \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de 2022.**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**Assinatura**

**A participação será voluntária e gratuita.**

**CONCORRÊNCIA Nº 002/SECOM/2022**

**PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE PARA ELABORAÇÃO DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS PARA INCENTIVAR OS TURISMOS DE NEGÓCIOS, SAÚDE E LAZER NA CIDADE DE SÃO PAULO**

**ANEXO XI**

**MODELO DE DECLARAÇÃO DE MICROEMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE**

**À**

**PREFEITURA DE SÃO PAULO**

**SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO**

**COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÕES**

**ENDEREÇO: Viaduto do Chá, n.º 15, 6º andar, Centro.**

**REF.: Processo n.º 6010.2022/0002859-6**

A empresa \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, com sede na \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, inscrita no CNPJ nº \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, **DECLARA**, sob as penas do Art. 299 do Código Penal, para os fins de habilitação no presente procedimento licitatório, que se enquadra na situação de Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte, nos termos da Lei Complementar 123/2006 e 147/2014, e que inexistem fatos supervenientes que conduzam ao seu desenquadramento dessa situação.

Local e data

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Assinatura do representante legal da Empresa

R.G. nº

(Nome Legível/Cargo/Carimbo do CNPJ/E-mail)

**OBS.:** esta declaração deverá ser apresentada no **original e em papel timbrado da empresa.**