



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 02/2023
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 4565/2022

A Superintendência de Água e Esgoto de Catanduva - SAEC, pessoa jurídica de Direito Público interno, inscrita no CNPJ sob n.º 10.559.279/0001-00 representada por seu Superintendente Sr. Marco Antonio Machado, em atendimento à solicitação da Assessora de Comunicação, Sra. KARLA SIBRO torna público, para conhecimento de todos os interessados, que realizará Licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA PÚBLICA**, do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, para **CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, E DEMAIS SERVIÇOS, CONFORME BRIEFING**.

1. DO OBJETO

1.1. **CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, E DEMAIS SERVIÇOS, CONFORME BRIEFING**, em conformidade com as especificações constante no Anexo VIII do edital.

2. DOS RECURSOS FINANCEIROS

2.1. As despesas relativas ao objeto serão suportadas pela seguinte dotação, exercício 2023: - Nota de Reserva Orçamentária nº 883, Ficha 13, Unidade 050100, Funcional 17.512.0018.2059.0000, Categoria Econômica 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica, Código de Aplicação 110 000, Fonte de Recurso 0 0400.

3. DO SUPORTE LEGAL.

3.1. Esta licitação será regida pela Lei Federal nº. 12.232/10, 12.349/2010 e 14.356/2022 e de forma complementar pela Lei Federal nº. 8.666/93 e suas atualizações, e se processará de acordo com as exigências e condições estabelecidas neste Edital.

4. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

4.1. Poderão participar todas as pessoas jurídicas que estiverem de acordo com o presente edital.

4.2. Não se admitirá nesta licitação a participação de:

- a) pessoas jurídicas que não atenderem às condições deste edital;
- b) empresas que estejam sob falência, concurso de credores, dissolução, liquidação ou que estejam em recuperação judicial (exceto se na fase de habilitação for apresentado o plano de recuperação judicial já homologado pelo juízo competente e em pleno vigor, nos termos da Súmula 50 do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo) ou extrajudicial;
- c) empresas reunidas em consórcio;
- d) empresas que sejam controladoras, coligadas ou subsidiárias entre si;



- e) as pessoas físicas ou jurídicas elencadas no art. 9º da Lei nº 8.666/93;
- f) pessoas físicas ou jurídicas suspensas de licitar com a SAEC ou declaradas inidôneas, nos termos dos incisos III e IV do art. 87 da Lei nº 8.666/93, Súmula 51 do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo¹, e, artigo 7º da Lei nº 10.520/02.
- g) empresas de sociedades e empresários que não estejam adaptadas às disposições do Código Civil de 2002, a teor do seu artigo 2031;
- h) Nenhum interessado poderá participar da licitação representando mais de um licitante.

5. DIA E HORA DO RECEBIMENTO DOS INVÓLUCROS.

5.1. Os invólucros serão recebidos até às **09:30 horas do dia 12/09/2023** e seguirá o rito em sessão pública, através da Comissão Julgadora de Licitação.

5.2. A Sessão do certame será na Seção de Licitação, da Superintendência de Água e Esgoto de Catanduva no endereço na Rua São Paulo, nº 1.108, Higienópolis, Catanduva -SP.

5.3. Da forma de apresentação dos invólucros/envelopes:

5.3.1 - Até a data/horário indicados no Edital, as Licitantes interessadas entregarão os documentos e as propostas em 04 (quatro) envelopes Saco Padrão Kraft Pardo 26 cm X 36 cm, fechados contendo cada um, além do nome, razão social e endereço da Licitante (**exceto invólucro I**), a designação de seu conteúdo conforme adiante especificado:

- a) Proposta Técnica deverá seguir o constante no Anexo II.**
- b) Proposta de Preços deverá seguir o constante no Anexo III; e,**
- c) Documentos de Habilitação deverá seguir o constante no Anexo IV.**

6. DO CREDENCIAMENTO, DA ABERTURA DOS ENVELOPES E DEMAIS PROCEDIMENTOS QUANTO À CLASSIFICAÇÃO E JULGAMENTO.

6.1. Na data e horário estabelecidos para a sessão de abertura desta Licitação, a Comissão de licitação dará início aos trabalhos.

6.2. A proponente poderá se fazer representar na reunião de abertura dos envelopes das seguintes formas:

- a) Mediante instrumento de procuração, com poderes para participação, inclusive para impetrar ou desistir de eventuais recursos juntamente com cópia autenticada do contrato social ou instrumento legal; ou

¹ **SÚMULA Nº 51** - A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar (artigo 87, IV da Lei nº 8.666/93) tem seus efeitos jurídicos estendidos a todos os órgãos da Administração Pública, ao passo que, nos casos de impedimento e suspensão de licitar e contratar (artigo 87, III da Lei nº 8.666/93 e artigo 7º da Lei nº 10.520/02), a medida repressiva se restringe à esfera de governo do órgão sancionador.



b) Cópia autenticada do contrato social quando se tratar de sócio/representante legal.

6.3. A pessoa jurídica participante, MICROEMPRESAS/EMPRESAS DE PEQUENO PORTE/MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS/SOCIEDADES COOPERATIVAS DE CONSUMO, para o credenciamento, também deverá ser apresentado:

a) Declaração sob as penas da lei, de que cumpre os requisitos legais para a qualificação como microempresa ou empresa de pequeno porte, microempreendedor individual, produtor rural pessoa física, agricultor familiar ou sociedade cooperativa de consumo, estando apto a usufruir do tratamento favorecido estabelecido nos [art. 42](#) ao art. 49 da Lei Complementar nº 123, de 2006, de acordo com o artigo 13, §2º do Decreto Federal nº 8.538, de 6 de outubro de 2015, que deverá ser assinada por seu representante legal.

6.4. O instrumento de procuração deverá ser entregue à Comissão Julgadora de Licitação no ato do protocolo dos invólucros.

6.5. Não serão aceitos invólucros abertos ou sem a devida identificação, quando ela for exigida. A exceção a essa regra é o Invólucro “1” - “Proposta Técnica - Via Não identificada, que não deverá ser identificado, sob pena de desclassificação.

6.6. Os invólucros recebidos, serão rubricados pela Comissão Permanente de Licitações, e pelos representantes das empresas participantes.

Recebidos e rubricados os invólucros, a Comissão Permanente de Licitação, procederá a abertura dos invólucros “1” - Plano de Comunicação - Via Não identificada e “3” - Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação. Após, a sessão será encerrada, sendo lavrada ata da reunião.

6.7. A Comissão Permanente de Licitação fará o envio do conteúdo dos invólucros à “Subcomissão Técnica” para o julgamento das propostas técnicas.

6.8. As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a SAEC.

6.9. Os integrantes da subcomissão técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as propostas técnicas e de preços.

6.10. A Subcomissão Técnica fará uma análise individualizada e julgamento do plano de comunicação publicitária, desclassificando-se as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório, ocasião em que será elaborada ata de julgamento do plano de comunicação publicitária e encaminhamento à Comissão Permanente de Licitação,



juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

6.11. A fim de atribuírem a análise individualizada e o julgamento do plano de comunicação publicitária, a Subcomissão Técnica atribuirá a cada proposta um número sequencial para identificação do seu julgamento.

6.12. Em sequência a Subcomissão Técnica fará uma análise individualizada e julgamento da capacidade de atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório, ocasião em que será elaborada ata de julgamento e encaminhamento à Comissão Permanente de Licitação, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

6.13. Quando diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito a Subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a cada um dos quesitos com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório;

6.14. Persistindo a diferença 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 da licitação.

6.15. Serão desclassificadas as propostas que desobedecerem às condições do presente Edital;

6.16. Serão desclassificadas as propostas que apresentarem rasuras ou falhas que impossibilitem a sua compreensão.

6.17. Caso se constate qualquer tipo de informação, marca ou sinal no material que compõe a via apócrifa do “Plano de Comunicação Publicitária” que permita a identificação de sua autoria, independente da fase do processo, a Licitante será automaticamente desclassificada no certame e ficará impedida de participar das fases posteriores.

6.18. O não cumprimento de qualquer item referente à Proposta Técnica implicará na desclassificação da Licitante.

6.19. Não serão consideradas quaisquer informações ou declarações apresentadas na proposta de preços que deveriam constar na Proposta Técnica.

6.20. Os Envelopes de Propostas Técnicas “2” e de Preços “4” das Licitantes que não forem



classificadas, ficarão sob a guarda na Seção de Licitações, até a assinatura do Contrato, quando então estarão à disposição das empresas para retirá-los no prazo de até 15 (quinze) dias corridos após a homologação do certame, e transcorrido o prazo serão inutilizados sem quaisquer formalidades.

6.21. Na apreciação das Propostas Técnicas serão consideradas a linha de atuação desenvolvida, sendo certo que receberá **um máximo de 100 (cem) pontos**, distribuídos entre os diversos tópicos de julgamento, conforme critérios constantes do item seguinte.

7. DOS CRITÉRIOS DE JULGAMENTO E CLASSIFICAÇÃO

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

1 - Plano de Comunicação

I - Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:

- a)** - conhecimento das características gerais do contratante;
- b)** - conhecimento genérico dos serviços prestados pela contratante;
- c)** - adequada compreensão da linha de atuação específica da contratante, no âmbito da linha de atuação em questão;
- d)** - acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação.

II - Estratégia de Comunicação Publicitária

- a)** - formulação do conceito, englobando a compreensão dos enunciados constantes do BRIEFING e o desenvolvimento do raciocínio que conduziu ao conceito;
- b)** - formulação do tema da comunicação adotado para a linha de atuação.

III - Ideia Criativa

- a)** - capacidade de síntese da estratégia de comunicação que revele;
- b)** - riqueza que contenha, em termos de multiplicidade de leitura que comporte;
- c)** - cobertura do público envolvido pela conta contemplada por esta multiplicidade de leituras ensejadas;
- d)** - originalidade da combinação de seus elementos constitutivos, revelados nos roteiros, textos e



qualidade das peças publicitárias que apresentarem;

IV - Estratégia de Mídia

- a)** - conhecimento dos hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação;
- b)** - capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia;
- c)** - estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades, entre as diversas áreas de serviços da Agência;
- d)** - consistência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária na linha de atuação, simulada na proposta.
- e)** utilização da verba, com a especificação, não apenas dos valores destinados às rubricas do item anterior (IV), mas também de sua distribuição por peças publicitárias, por meios e por veículos de divulgação, podendo o simulacro acompanhar-se, em anexos, de memória justificativa dos partidos adotados.

2-Informações Complementares

I - Capacidade de Atendimento

- a)** -capacidade geral de atendimento revelada pelo proponente, considerando a quantidade e a qualificação dos profissionais colocados à disposição da linha de atuação dos diferentes setores da Agência proponente;
- b)** -sistemática de atendimento, revelando o julgamento dos quesitos: operacionalidade, segurança, grau de liberdade conferido à contratante na escolha de soluções alternativas e presteza no atendimento às solicitações;

II - Repertório

- a)** -capacidade técnica e artística revelada pelo proponente no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção, pertinência, clareza, qualidade de execução e acabamento.

I. A Licitante deverá apresentar 10 (dez) peças ou material, independentes do seu tipo ou características e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.



II. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou Pen Drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 6.7 do Edital, ou ser apresentadas soltas.

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

IV. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 6.7, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

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

III - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

a) - capacidade técnica do proponente em detectar e delimitar problemas de comunicação, equacioná-los, planejar sua solução, de modo a evidenciar perfeita concatenação entre causa e efeito, a fim de medir adequadamente os resultados.

b) - A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes, e ainda é permitido a inclusão de até 05 (cinco) peças e/ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato, as quais não serão computadas no referido limite citado no item.

7.2. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de **100 (cem) pontos** e será apurada segundo a metodologia a seguir.

A) PLANO DE COMUNICAÇÃO (INVÓLUCROS 1 E 2)

QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
1) RACIOCÍNIO BÁSICO	a) conhecimento das características gerais do contratante;	03 pontos



	b) conhecimento genérico dos serviços prestados pela contratante;	03 pontos
	c) adequada compreensão da linha de atuação específica da contratante, no âmbito da linha de atuação em questão;	04 pontos
	d) acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação.	05 pontos
SUBTOTAL (MÁXIMO 15 PONTOS)		15 pontos
2) ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	a) formulação do conceito, englobando a compreensão dos enunciados constantes do BRIEFING e o desenvolvimento do raciocínio que conduziu ao conceito;	10 pontos
	b) formulação do tema da comunicação adotado para a linha de atuação;	05 pontos
SUBTOTAL (MÁXIMO 15 PONTOS)		15 pontos
3) IDÉIA CRIATIVA	a) capacidade de síntese da estratégia de comunicação que revele;	03 pontos
	b) riqueza que contenha, em termos de multiplicidade de leitura que comporte;	03 pontos
	c) cobertura do público envolvido pela conta contemplada por esta multiplicidade de leituras ensejadas;	04 pontos
	d) originalidade da combinação de seus elementos constitutivos, revelados nos roteiros, textos e qualidade das peças publicitárias que apresentarem;	05 pontos
SUBTOTAL (MÁXIMO 15 PONTOS)		15 pontos
4) ESTRATÉGIA DE MÍDIA	a) conhecimento dos hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação;	10 pontos
	b) capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia;	05 pontos
	c) estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades, entre as diversas áreas de serviços da Agência;	05 pontos
	d) consistência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária na linha de atuação, simulada na proposta;	05 pontos



	e) utilização da verba, com a especificação, não apenas dos valores destinados às rubricas do item anterior, mas também de sua distribuição por peças publicitárias, por meios e por veículos de divulgação, podendo o simulacro acompanhar-se, em anexos, de memória justificativa dos partidos adotados.	05 pontos
SUBTOTAL (MÁXIMO 30 PONTOS)		30 pontos
TOTAL		75 pontos

B) INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES (INVÓLUCRO 3)

1) CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	a) capacidade geral de atendimento revelada pelo proponente, considerando a quantidade e a qualificação dos profissionais colocados à disposição da linha de atuação dos diferentes setores da Agência proponente;	05 pontos
	b) sistemática de atendimento, revelando o julgamento dos quesitos: operacionalidade, segurança, grau de liberdade conferido à contratante na escolha de soluções alternativas e presteza no atendimento às solicitações;	10 pontos
SUBTOTAL (MÁXIMO 15 PONTOS)		15 pontos
2) REPERTÓRIO	a) capacidade técnica e artística revelada pelo proponente no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção, pertinência, clareza, qualidade de execução e acabamento.	05 pontos
SUBTOTAL (MÁXIMO 5 PONTOS)		05 pontos
3) RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO	a) capacidade técnica do proponente em detectar e delimitar problemas de comunicação, equacioná-los, planejar sua solução, de modo a evidenciar perfeita concatenação entre causa e efeito, a fim de medir adequadamente os resultados.	05 pontos



SUBTOTAL (MÁXIMO 5 PONTOS)	05 pontos
TOTAL (25 PONTOS)	25 pontos

7.3. A nota do quesito corresponderá à média aritmética das notas de cada membro da Subcomissão Técnica, obedecidos aos critérios dos itens 6.14 e 6.15 deste edital.

7.4. A nota de cada Licitante corresponderá à soma das notas dos quesitos.

7.5. Será desclassificada a Proposta que não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;

7.6. Definido o julgamento técnico, será realizada sessão pública para apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:

- 7.6.1. -abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária;
- 7.6.2. -cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do plano de comunicação publicitária, para identificação de sua autoria;
- 7.6.3. -elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica;
- 7.6.4. -proclamação do resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;

7.7. Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento das Propostas Técnicas, a Licitante que obtiver a maior pontuação na soma das notas dos quesitos.

7.8. Em caso de empate, será considerada como classificada em primeiro lugar a Licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes ao subitem A do item 7.2.

7.9. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela Subcomissão Técnica, cuja data será divulgada na Imprensa Oficial.

7.10. A Comissão Permanente de Licitação divulgará o resultado da avaliação das Propostas Técnicas, abrindo-se prazo recursal nos termos da Lei nº 8.666/93.

7.11. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido sua desistência ou ainda tendo sido julgados os recursos interpostos, será publicada a data, hora e local da próxima sessão, para abertura do Invólucro nº 4 - Propostas de Preço, que receberá a seguinte pontuação:



A – DESCONTO TABELA

- 1 - proposta(s) de maior desconto:..... 50 pontos;
- 2 - proposta(s) com o 2.º maior desconto:..... 45 pontos;
- 3 - proposta(s) com o 3.º maior desconto:..... 40 pontos;
- 4 - proposta(s) com o 4.º maior desconto:..... 35 pontos;
- 5 - proposta(s) com o 5.º maior desconto:..... 30 pontos;
- 6 - proposta(s) com o 6.º maior desconto:..... 25 pontos;
- 7 - proposta(s) com o 7.º maior desconto:..... 20 pontos;
- 8 - proposta(s) com o 8.º maior desconto:..... 15 pontos;
- 9 - proposta(s) com o 9.º maior desconto:..... 10 pontos;
- 10 - proposta(s) acima do 9º maior desconto:..05 pontos;

B – MENOR PERCENTUAL HONORÁRIOS

- 1 - proposta(s) de menor percentual:..... 50 pontos;
- 2 - proposta(s) com o 2.º menor percentual:..... 45 pontos;
- 3 - proposta(s) com o 3.º menor percentual:..... 40 pontos;
- 4 - proposta(s) com o 4.º menor percentual:..... 35 pontos;
- 5 - proposta(s) com o 5.º menor percentual:..... 30 pontos;
- 6 - proposta(s) com o 6.º menor percentual:..... 25 pontos;
- 7 - proposta(s) com o 7.º menor percentual:..... 20 pontos;
- 8 - proposta(s) com o 8.º menor percentual:..... 15 pontos;
- 9 - proposta(s) com o 9.º menor percentual:..... 10 pontos;
- 10 - proposta(s) acima do 9º menor desconto:....05 pontos;

7.12. Serão desclassificadas as Licitantes que não atenderem às exigências do ato convocatório.

7.13. Não se considerará, como critério de classificação e nem de desempate das propostas, qualquer oferta de vantagem não prevista neste Edital.

7.14. O cálculo da NOTA FINAL das propostas das licitantes será feito mediante aplicação da seguinte fórmula:



$$NF = \frac{(NPTX7 + NPX3)}{10}$$

Onde:

NF = Nota Final

NPT = Nota da Proposta Técnica (soma A + B do item 7.2)

NP = Nota da Proposta de Preços (soma A + B do item 7.11)

7.15. Do resultado da fase de julgamento das propostas e da habilitação, caberão recursos fundamentados, dirigidos à Comissão Permanente de Licitação.

7.16. O resultado dos julgamentos serão publicados na Imprensa Oficial do Município de Catanduva - SP, <https://imprensaoficialmunicipal.com.br/catanduva>.

7.17. Destes julgamentos caberão Recursos, conforme disposto no art. 109 da Lei Federal nº. 8.666/93, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar do primeiro dia útil após a publicação;

7.18. Julgados os eventuais Recursos, ou decorrido o prazo recursal sem interposição dos mesmos, publicar-se-á data, horário e local para a abertura do envelope subsequente.

7.19. Os recursos administrativos, previstos no art. 109 da Lei de Licitações, somente serão recebidos pela Comissão Permanente de Licitações quando apresentado em sua forma original, devidamente protocolizado na Seção de Licitações da SAEC- SP ou enviado através do e-mail: licitacao@saec.sp.gov.br.

7.20. Na seção de abertura do Invólucro 4 e apurada a Nota Final (NF) das licitantes, serão convocados **todos os licitantes** a apresentar os documentos de (Habilitação) no prazo de 02 (dois) dias úteis após a publicação da convocação, que será realizada na Imprensa Oficial do Município de Catanduva - SP.

7.21. Qualquer manifestação deverá ser feita durante a fase de abertura do invólucro da Habilitação, através de pessoas devidamente credenciadas, sendo inserida em ata, a pedido das partes, toda e qualquer observação ou declaração pertinente, a qual será assinada pelos membros da Comissão e licitantes / credenciados.

7.22. Na impossibilidade de se realizar o julgamento durante a sessão de abertura, a mesma será suspensa, publicando-se na Imprensa Oficial do Município, para o conhecimento de todos os participantes.

7.23. Será inabilitada quem não apresentar a documentação exigida no edital.

8. DO JULGAMENTO



8.1. O critério de julgamento será o de Técnica e Preço.

9. DO PRAZO PARA A ASSINATURA DO CONTRATO.

9.1. A empresa vencedora do presente certame será notificada para assinatura do contrato deste processo licitatório, devendo comparecer em um prazo máximo de 05 dias úteis.

9.2. O não cumprimento das condições dispostas nesta cláusula ou o não comparecimento para assinatura do contrato dentro do prazo fixado na notificação ou a prática de qualquer ato por parte da empresa vencedora, que inviabilize a contratação, implicará em sua automática desclassificação, ficando a mesma impedida de participar de futuras Licitações, sujeitando-se ainda às sanções previstas no art. 81 da Lei nº 8.666/93.

10. DOS PRAZOS E DA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS

10.1. O prazo de execução dos serviços será de 12 (doze) meses, a contar da data de assinatura do contrato, devendo ser observada as especificações constantes no Anexo VIII do Edital, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos nos termos da Lei nº 8.666/93.

11. FORMA DE PAGAMENTO

11.1. O pagamento será efetuado mensalmente, em até 28 (vinte e oito dias), mediante a apresentação da nota fiscal e relatório de todas as atividades executadas no mês, devidamente assinada pelo fiscal do contrato:

11.2. Os pagamentos serão efetuados diretamente em conta bancária, a ser informada pela contratada contendo dados bancários (nome do banco, número da agência e número da conta corrente), em atendimento ao Decreto Municipal nº 5.319/09.

11.3. Para se habilitar ao pagamento, deverá ser apresentada a Nota Fiscal que deverá conter número da licitação e o mês a que se refere e os comprovantes de todas as suas obrigações tributárias, encargos trabalhistas e sociais.

11.4. O não pagamento no prazo previsto acarretará à SAEC multa moratória de 0,03% (três centésimos por cento) do valor da parcela devida, a ser aplicado por dia de atraso até o do efetivo pagamento.

12. DA REVISÃO DOS VALORES

12.1. Não haverá reajuste de preços, exceto se para manter o equilíbrio econômico-financeiro, desde que devidamente comprovado e aceito pela outra parte, utilizando como parâmetro o índice IPCA -



Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo, desde que não haja outro índice específico.

13. PRAZO DE VALIDADE DA PROPOSTA

13.1. O prazo de validade da proposta será de 60 (sessenta) dias.

14. ESCLARECIMENTOS

14.1. As dúvidas surgidas na aplicação do presente Edital, bem como os casos omissos serão resolvidos pela Comissão Julgadora de Licitação.

14.2. Os pedidos de esclarecimentos/impugnação relacionados com a Licitação deverão ser solicitados por escrito, e protocolados na Central de Atendimento da SAEC, localizada na Rua São Paulo, 1108 - Higienópolis - Catanduva-SP, ou enviados por e-mail ao endereço licitacao@saec.sp.gov.br.

14.3. Não sendo formulado nenhum pedido de esclarecimento dentro dos prazos estabelecidos pelos **§§ 1º e 2º do artigo 41 da lei 8.666/93** pressupõe-se que os elementos fornecidos são suficientemente claros e precisos para permitir a apresentação dos Documentos de Habilitação e Proposta, não cabendo, portanto, às empresas proponentes, direito a qualquer reclamação posterior.

14.4. As interpretações, correções e/ou alterações elaboradas serão comunicadas na mesma forma de publicidade do edital.

14.5. Somente terão valor as interpretações, correções e/ou alterações escritas, fornecidas pela Comissão Julgadora de Licitação.

15. DA HOMOLOGAÇÃO

15.1. A homologação desta CONCORRÊNCIA PÚBLICA será feita pelo Superintendente da SAEC.

16. DOS ANEXOS DO EDITAL

16.1. Constituem parte integrante deste edital os seguintes anexos:

16.1.1. Anexo I - Briefing;

16.1.2. Anexo II - Proposta Técnica;

16.1.3. Anexo III - Proposta de preços;

16.1.4. Anexo IV - Documentos de habilitação;

16.1.5. Anexo V - Modelo de Declaração de Superveniência de Fato Impeditivo da Habilitação;



- 16.1.6. Anexo VI - Modelo de Declaração de Cumprimento do Disposto no inciso XXXIII Do Artigo 7º da Constituição Federal;
- 16.1.7. Anexo VII - Minuta do Contrato;
- 16.1.8. Anexo VIII - Termo de Referência; e
- 16.1.9. Anexo IX - Valores Referenciais de Serviços do Sindicato das Agências e Propaganda - Sinapro-SP (Arquivos anexos).

17. DISPOSIÇÕES GERAIS

- 17.1. Não serão aceitas as propostas que não atenderem a todas as especificações contidas neste Edital, ou que ofereçam vantagens ou descontos que nele não estejam previstos.
- 17.2. Uma vez iniciada a sessão, não serão admitidas quaisquer retificações, nem juntada de documentos que possam influir no resultado da licitação.
- 17.3. Em qualquer fase do certame a Comissão Julgadora de Licitação poderá solicitar, a seu juízo, explicações e ou comprovações que julgar necessário, junto aos participantes do certame.
- 17.4. Não serão aceitas propostas de preços manifestamente inexequíveis ou excessivamente altas, levando-se em conta o objeto licitado.
- 17.5. A pessoa jurídica vencedora deste certame será a única responsável por eventuais danos ou acidentes que vier a causar a terceiros, bem como por todos os encargos e despesas trabalhistas.
- 17.6. O objeto deste certame será recebidos provisoriamente pelo órgão gestor do contrato.
 - 17.6.1. No caso de rejeição, a empresa vencedora deverá providenciar as substituições necessárias imediatamente, sob pena de rescisão contratual e aplicação das penalidades cabíveis.
- 17.7. O objeto será adjudicado à pessoa jurídica vencedora, vedada sua transferência parcial ou total, a qualquer título, sob pena de rescisão contratual, sem prévia autorização da Contratante.
- 17.8. Em caso de inexecução total ou parcial do contrato, a contratada ficará sujeita às seguintes sanções:
 - a) **Multa** de até 20% (vinte por cento) sobre o valor total do contrato em caso de inadimplência total ou parcial do Contrato;
 - b) **Suspensão do direito de licitar** e de contratar com a SAEC pelo prazo de até 02 (dois) anos, dependendo da natureza e gravidade da falta, consideradas as circunstâncias e interesse da própria SAEC; e,
 - c) **Declaração de inidoneidade** para licitar e contratar com a SAEC em função da natureza e



gravidade da falta cometida ou em caso de reincidência.

17.9. Eventuais notificações serão efetuadas através de Imprensa Oficial do Município.

17.10. Os documentos apresentados sob forma de cópia reprográfica deverão ser devidamente autenticados por Cartório competente, por publicação em órgão da Imprensa Oficial, certificação digital devidamente válida, ou por servidores da Seção de Cadastro de Fornecedores e Licitações, em tempo hábil para participação do certame **(sendo assim considerado o período superior a uma hora anterior ao início da sessão)**.

17.11. Todos os documentos serão grafados em Língua Portuguesa. No caso de origem estrangeira deverão vir acompanhados de tradução juramentada

17.12. Ainda, quando for apresentado documento digital, onde a autenticação e veracidade da informação deva ser verificada em sites específicos, as pessoas jurídicas devem sempre portar o original ou uma cópia autenticada, para que caso haja problemas com o site ou incompatibilidade de informações, os documentos possam ser averiguados.

17.13. E para o conhecimento público, expede-se o presente Edital, cumprindo os Termos da Lei nº 8.666/93.

Catanduva, 27 de julho de 2023.

MARCO ANTONIO MACHADO
SUPERINTENDENTE



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 02/2023
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 4565/2022

ANEXO I

BRIEFING

Descrição dos serviços prestados pela agência de publicidade e propaganda.

O art. 2º da Lei nº 12.232 considera como “serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informa o público em geral”.

Em disposição legal estabelece, portanto, que a agência de publicidade age, no mínimo, de três maneiras distintas na prestação de serviços de publicidade:

- a) Concebendo, planejando e executando peças e campanhas publicitárias;
- b) Intermediando a contratação de veículos de comunicação e de fornecedores externos de serviços complementares de publicidade. Neste caso, agindo por conta e ordem do cliente (Administração Pública), cf. art. 3º da Lei 4.680;
- c) Fazendo acompanhamento e orientação da comunicação institucional, com assessoria e gerenciamento permanente de comunicação e marketing da entidade pública.

O parágrafo 1º do art. 2º supracitado, da Lei nº 12.232, ressalta que, como atividades complementares, a agência poderá intermediar a contratação de serviços especializados pertinentes, de planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios de divulgação, nos quais serão difundidas as peças e as ações publicitárias ou os resultados das campanhas realizadas. Nenhum outro tipo de pesquisa pode ser contratado por intermédio da agência de publicidade dentro do contrato de prestação de serviços firmado entre àquela e a Administração Pública.

A agência de publicidade também deverá intermediar a contratação de fornecedores externos de produção de serviços especiais, acompanhando e orientando a execução técnica das peças e dos projetos publicitários por ela criados.



Cabe ainda à agência a concepção e a execução, ou a intermediação na contratação de forma inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias. Exemplo desse tipo de serviço pode ser dado pela internet e suas diversas formas de desenvolvimento, seja por meio de sites na internet ou do uso das redes sociais (Facebook, Twitter, YouTube).

A publicidade de atos, programas, obras, serviços e campanha dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, tal como, disposto no artigo 37, parágrafo 1º da Constituição Federal.

Texto extraído das páginas 8 e 9 do guia 'Licitações pública de agências de propaganda', do Sindicato das Agências de Propaganda (Sinapro) de São Paulo.

PROPOSTA DE CAMPANHA

As agências de publicidade integrantes deste certame devem apresentar uma campanha unilateral, envolvendo todos os serviços prestados atualmente pela SAEC, nas áreas de tratamento e distribuição de água, tratamento de esgoto e saneamento básico.

A campanha deve ser voltada, principalmente, ao cuidado da autarquia com a cidade e, conseqüentemente, a população, em busca sempre da melhor prestação de serviço ao contribuinte, sem tirar o foco da conscientização ambiental.

Para isto, as agências devem apresentar conhecimento sobre a SAEC, sua história, como teve início e com quais objetivos, a maneira como atua no mercado local e a sua contribuição para o desenvolvimento da cidade.

A campanha a ser desenvolvida pelas agências deve conseguir chegar a todos os munícipes - visto que o atendimento da autarquia não é excludente, mas direcionado a cada um dos moradores - desde o recém-nascido ao mais idoso. Neste sentido, e com o contexto atual da SAEC - voltada as áreas de saúde e meio ambiente - desejamos uma campanha forte, atemporal e que provoque emoção e positividade nas pessoas.



Toda a campanha deve ser desenvolvida com uma verba de R\$ 100 mil.



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 02/2023
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 4565/2023
ANEXO II

FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS INVÓLUCROS/ENVELOPES PROPOSTA TÉCNICA

As Propostas Técnicas deverão ser acondicionadas em 3 (três) invólucros distintos:

A) Invólucro nº 1 - Plano de Comunicação Publicitária - **Via Não Identificada**, para efeito de avaliação a Licitante deverá apresentar um plano de comunicação publicitária, pertinente às informações expressas no briefing.

1. O **Invólucro nº 1**, Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia), deve ser embalada em **envelope Saco Padrão kraft pardo 26 cm X 36 cm**, não poderá ter nenhuma identificação na parte externa, para preservar, até a abertura do Invólucro 2, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária. Também, na parte interna do invólucro 1, é vedado conter qualquer tipo de identificação da licitante.

2. O Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada deverá:

- 2.1. ser apresentado em invólucro que **NÃO IDENTIFIQUE** a Licitante;
- 2.2. ter suas páginas numeradas sequencialmente, digitalmente, centralizada no rodapé, sem utilização de qualquer tipo de encadernação ou grampos;
- 2.3. Ser redigida em Língua Portuguesa, salvo quanto às expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, utilizando a seguinte formatação:

- 2.3.1. Fonte: Times New Roman;
- 2.3.2. Tamanho da Fonte: 12 (doze);
- 2.3.3. Espaçamento entrelinhas: Duplo;
- 2.3.4. Formatação do texto: Justificada e sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes.
- 2.3.5. Formatação da página:
 - 2.3.5.1. Direita: 04 (quatro) cm;
 - 2.3.5.2. Esquerda: 02 (dois) cm;
 - 2.3.5.3. Superior: 03 (três) cm;
 - 2.3.5.4. Inferior: 03 (três) cm.



2.3.5.5. Folhas tamanho A4.

3. **PLANO DE COMUNICAÇÃO** desenvolvido pela Licitante com base no Briefing, que deverá compreender os seguintes quesitos:

I **-Raciocínio Básico:** texto, sem anexos, em que o proponente deve expressar seu entendimento sobre a Contratante, seu produto, sua linha de atuação específica e suas necessidades de comunicação, tudo em conformidade com o BRIEFING que integra o presente Edital;

II **-Estratégia de Comunicação Publicitária:** texto, sem anexos, em que o proponente deverá expor o conceito comunicacional, desenvolvido a partir do raciocínio básico, defendendo-o e descartando conceitos alternativos, e o tema a adotar em conformidade com o pressuposto conceitual;

III **-Ideia Criativa:** apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

a) apresentar relação de todas as peças e/ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, com comentários sobre cada peça e ou material;

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

c) os comentários mencionados na alínea “a” acima estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas esperadas de cada peça e ou material.

d) se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado “fisicamente”, conforme estabelecido na alínea “e” abaixo, deverá ser elaborada em dois blocos, sendo um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

e) Fica estabelecido o limite de peças a serem apresentadas, considerando o objetivo, o público e a verba prevista.



6 Peças:

1 Peça - *Storyboard* TV - VT 30"

1 Peça - *Spot* 30" - formato de roteiro

1 Peça - 1/2 página de jornal

1 Peça - Outdoor

1 Peça - Banner digital

1 Peça - *Flyer* – frente e verso

- As peças para a internet poderão ser produzidas em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

- As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou passe-partout.

- Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 podem ser dobradas.

f) Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas “fisicamente”, até o limite de que trata a alínea “e” do subitem “III - Ideia Criativa”, devem ser observadas as seguintes regras:

- as reduções e variações de formato serão consideradas como peças;
- cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- anúncio composto de páginas sequenciais será considerado uma peça;
- anúncio para tablets e similares com mais de uma página será considerado uma peça;
- um hotsite e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;
- um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
- um hotsite cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao hotsite, será considerado uma peça.

g) Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta - exemplos: cartaz, filme, TV, spot rádio, anúncio revista, internet - destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea “a” do subitem “III - Ideia Criativa”.



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

i) As peças para a internet poderão ser produzidas em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

j) As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou passe-partout.

k) Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 podem ser dobradas.

IV -Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:

a) Conhecimento e análise dos hábitos de comunicação do público, ao qual, em conformidade com o BRIEFING, deve destinar-se à mensagem da linha de atuação em referência, podendo incluir tabelas como anexos do texto;

b) Utilização dos recursos à disposição da conta, mediante texto em que se apresente a distribuição da verba, acompanhado da devida justificção e da inclusão de tabelas, como anexos, que sirvam de apoio aos argumentos oferecidos nas rubricas de:

b.1) Estudo, planejamento, criação e controle de resultado;

b.2) Pesquisa;

b.3) Produção;

b.4) Veiculação.

V -SIMULAÇÃO DO PLANO GERAL - de utilização da verba, com a especificação, não apenas dos valores destinados às rubricas do item anterior (IV), mas também de sua distribuição por peças publicitárias, por meios e por veículos de divulgação, podendo o simulacro acompanhar-se, em anexos, de memória justificativa dos procedimentos adotados;

4. Nas tabelas, planilhas e gráficos que integram a ESTRATÉGIA DE MÍDIA e a SIMULAÇÃO DO PLANO GERAL poderão ser utilizadas as fontes tipográficas que se julgarem mais adequadas para sua apresentação (Lei Federal 12.232 - Art. 6º. - inciso XI).

5. O Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada não poderá ter informação, marca,



sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique sua autoria, e devem ter seu conteúdo acondicionado em invólucro fornecido pela SAEC, sem nenhuma logomarca ou qualquer sinal que identifique a pessoa jurídica.

6. O invólucro 1 só será recebido pela Comissão de Licitação, se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante

B) Invólucro nº 2 - Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada, a saber:

Invólucro nº2 (Na Parte Externa do invólucro)

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada Razão Social da Licitante Concorrência nº. _

CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, E DEMAIS SERVIÇOS, CONFORME BRIEFING Superintendência de Água e Esgoto de Catanduva - SAEC.

1. O **Invólucro nº 2** será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.
2. O Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada, terá o mesmo teor da Via Não Identificada, sem os exemplos de peças referentes à Idéia Criativa, com data e assinatura na última página e rubrica nas demais.

C) Invólucro nº 3 - Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, a saber:

Invólucro nº 3 (Na Parte Externa do invólucro)

Razão Social da Licitante Concorrência nº. _

Contratação De CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, E DEMAIS SERVIÇOS, CONFORME BRIEFING Superintendencia de Água e Esgoto de Catanduva - SAEC.

1. O **Invólucro nº 3** será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em Língua Portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou



rasuras.

- **Capacidade de Atendimento:** será feita mediante a apresentação das seguintes informações:

I - **Quantificação e qualificação dos profissionais que serão postos à disposição da contratante (sem necessidade, contudo, identificá-los, pessoalmente, e sem lhes exibir o currículo), de maneira discriminada, por setor da Agência (Estudo e pesquisa, Planejamento, Criação incluindo profissional com capacidade para execução de serviços em 3D, Produção de Rádio, Mídia e Atendimento).**

II - **Sistemática de atendimento, com a clara indicação das obrigações que serão cumpridas pelo setor de atendimento do proponente, incluindo prazos a serem cumpridos desde o momento da solicitação dos serviços, até sua criação, produção e veiculação.**

- **Repertório:** sob a forma de texto, que indique o desempenho do proponente na prestação de serviços publicitários a outros clientes, acompanhado de reprodução de peças, como anexos, com as respectivas fichas técnicas.

- **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:** deverá ser apresentado texto descritivo dos problemas enfrentados, das soluções encontradas e dos resultados alcançados, devendo, ainda, ser apresentado o referendo do cliente pelo proponente no caso narrado.

2 - As peças que integram o repertório, quando impressas deverão ser feitas em formato A4, e as eletrônicas devem ser acondicionadas em embalagens adequadas às características do envelope.



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 02/2023
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 4565/2022
ANEXO III
PROPOSTA DE PREÇOS

A Proposta de Preços deverá ser acondicionada no **Invólucro nº 4**, a saber:

Na parte Externa

Razão Social da Licitante CONCORRÊNCIA PÚBLICA nº.02/2023

CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, E DEMAIS SERVIÇOS, CONFORME BRIEFING Superintendencia de Água e Esgoto de Catanduva - SAEC.

Na parte interna

DADOS DO LICITANTE *		
RAZÃO SOCIAL:		
CNPJ:		
Endereço <u>Completo</u> : (Rua/Avenida, nº, Bairro, CEP, Cidade-UF)		
CEP:	FONE/FAX:	e-mail:
DADOS COMPLEMENTARES DA PROPONENTE		
Listar os dados abaixo DE CADA UM DOS SÓCIOS da empresa (pessoa física ou jurídica):		
Nome/Razão Social:	Endereço <u>Completo</u> :	CPF/CNPJ:
RG/INSCRIÇÃO ESTADUAL:	Cargo do Sócio**	
Indicar dados DA CONSTITUIÇÃO / ULTIMA ALTERAÇÃO da empresa da seguinte forma:		
Tipo de Registro: ***	Nº do Registro:	
Data de Registro:		
RESPONSÁVEL PARA ASSINATURA DO CONTRATO		
Nome:	Nacionalidade:	Estado Civil:
Data de Nascimento:	Profissão:	RG: CPF:
e-mail: (não pode repetir o do campo acima informado)		Telefone:
Endereço <u>Completo</u> :		
DADOS BANCÁRIOS DA EMPRESA		
Banco:		
Agência:		
Conta:		

*** O preenchimento desta ficha é obrigatório para envio de informações ao TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO e deverá ser apresentada juntamente com a proposta, conforme exigências do edital.**

**** (Representante Legal; Demais membros do quadro societário; Micro Empreendedor Individual)**



*** (Cartório de Registro, títulos e documentos; Junta comercial; OAB; Portal do empreendedor)

2 - Os preços unitários e seus totais de acordo com planilha constante no Anexo I.

2.1 - A Comissão Julgadora de Licitação poderá solicitar, para melhor avaliação, detalhamento das condições de preços unitários que demonstrem a viabilidade técnica e econômica dos valores propostos para os serviços.

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

2 - A Proposta de Preços deverá ser apresentada em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em Língua Portuguesa - salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente -, com clareza, sem emendas ou rasuras.

3 - A Proposta deverá ser datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificados.

4 - O valor estimado para a presente contratação, considerando o período de **12 (doze) meses**, representa o montante de **R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais)**, sendo que tal estimativa constitui-se em mera previsão dimensionada, não estando a SAEC obrigada a realizá-la em sua totalidade, e não cabendo à Licitante vencedora o direito de pleitear qualquer tipo de reparação ou compensação pelo não uso do total da verba.

5 - Declaramos que, na vigência do contrato oriundo do procedimento licitatório em epígrafe, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

a) Aplicaremos desconto de _% (...) sobre os custos internos baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo (SINAPRO/SP), estabelecendo portanto em _ pontos nossa pontuação a ser aplicada neste item;

b) Aplicaremos honorários de _% (...), relativos e pertinentes à supervisão de produção externa incidente sobre os custos de serviços e suprimentos externos de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais contratados com fornecedores - tendo como limite do edital o máximo de 15% (quinze por cento) -, estabelecendo portanto em _ pontos nossa pontuação a ser aplicada neste item;

c) Aplicaremos honorários de _% (...), relativos e pertinentes sobre as veiculações efetivadas, incidentes sobre o valor da mídia negociada, conforme especificado nos termos das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, entre máximo de 20% a mínimo de 18%, estabelecendo portanto em _ pontos nossa pontuação a ser aplicada neste item.



Obrigamo-nos, caso nos seja adjudicado o objeto da licitação em causa, a comparecer na data, horário e local estabelecido pela Comissão Permanente de Licitação, para proceder à assinatura do Contrato.



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 02/2023
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 4565/2022
ANEXO IV

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

Os Documentos de Habilitação deverão ser comprovados somente pela(s) pessoa(s) jurídica(s) classificada(s), nos termos do Art. 11 inciso “XI” da lei 12.232/2010, sendo acondicionados no **Invólucro nº 5**, a saber:

Na parte Externa

Razão Social da Licitante

CONCORRÊNCIA PÚBLICA nº.02/2023

CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, E DEMAIS SERVIÇOS,
CONFORME BRIEFING

Superintendencia de Água e Esgoto de Catanduva-SAEC.

Na parte interna

a) HABILITAÇÃO JURÍDICA:

- a.1 -Registro Comercial, no caso de empresa individual;
- a.2 -Ato constitutivo ou Contrato Social em vigor, devidamente registrado nas repartições competentes, em se tratando de sociedade comercial e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, devendo o objeto social referir-se ao ramo pretendido;
- a.3 -Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício, devendo o objeto social referir-se ao ramo pretendido;
- a.4 -Os documentos deverão ser apresentados com todas as suas alterações, caso não esteja consolidado.

b) REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA:

- b.1 -prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ;
- b.2 -prova de regularidade com a Fazenda Federal e Seguridade Social (INSS);
- b.3 -prova de regularidade com a Fazenda Estadual;



- b.4 -prova de regularidade com a Fazenda Municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma da Lei;
- b.5 -prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS);
- b.6 -prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa 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](#)².

b.7 - DA COMPROVAÇÃO DE REGULARIDADE FISCAL PELAS MICROEMPRESAS/EMPRESAS DE PEQUENO PORTE/MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS/SOCIEDADES COOPERATIVAS DE CONSUMO.

b.7.1 -As microempresas/empresas de pequeno porte/microempreendedores individuais/sociedades cooperativas de consumo, caso sejam vencedoras do certame, apenas apresentarão a documentação relativa à regularidade fiscal para efeitos de assinatura de contrato.

b.7.2 -Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal, será assegurado o prazo de 5 (cinco) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá após a notificação, prorrogáveis por igual período, a critério da Administração Pública, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa.

b.7.3 -A não-regularização da documentação, no prazo, implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no [art. 81 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993](#), sendo facultado à Administração convocar

os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, ou revogar a licitação.

b.8 Serão aceitas certidões positiva com efeito de negativa.

c) - QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

c.1 -Certidão de qualificação técnica de funcionamento da Licitante emitida pelo Conselho Executivo das Normas - Padrão - CENP, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

d) - QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

d.1 -Certidão negativa de falência/recuperação judicial (exceto se for apresentado o Plano de Recuperação já homologado pelo juízo competente e em pleno vigor, e acordo com a Súmula 50³

² Incluída pela [Lei nº 12.440 de 7 de julho de 2011](#).

³ SÚMULA Nº 50-Em procedimento licitatório, não pode a Administração impedir a participação de empresas que estejam em recuperação judicial, das quais poderá ser exigida a apresentação, durante a fase de habilitação, do Plano de Recuperação já homologado pelo juízo



do TCE), expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica com data não superior a 60 (sessenta) dias da data da apresentação das propostas; e,

e) - OUTROS DOCUMENTOS

- e.1 -Declaração de fato superveniente conforme modelo do Anexo V; e,
- e.2 -Declaração expressa da proponente conforme modelo do Anexo VI, de acordo com o disposto no inciso V do art. 27 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, acrescido pela Lei no 9.854, de 27 de outubro de 1999, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos, exceto, emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz.

f) - OBSERVAÇÕES

- f.1-Todos os documentos acima citados deverão ser apresentados em original ou cópia autenticada, e caso a empresa opte por autenticação através de servidor público, o representante legal deverá providenciar a autenticação junto à Seção de cadastro de Fornecedores e licitações em tempo hábil para participação no certame **(sendo assim considerado o período superior a uma hora anterior ao início da sessão)**;
- f.2-Os documentos apresentados deverão ser obrigatoriamente referentes ao mesmo CNPJ apresentado para a proposta, ou seja, se da matriz, todos da matriz, se de alguma filial, todos da mesma filial, com exceção dos documentos que são válidos para matriz e todas as filiais; e,
- f.3-As certidões deverão ser apresentadas dentro do respectivo prazo de validade. Caso não conste prazo de validade no corpo da certidão, considerar-se-á o prazo de 60 (sessenta) dias da data de emissão.



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 02/2023
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 4565/2022
ANEXO V

DECLARAÇÃO DE FATO SUPERVENIENTE

A pessoa jurídica _____, inscrita no CNPJ sob nº __, com sede na cidade de _____, Estado de _____, sito à _____, neste ato representada por _____, nacionalidade, estado civil, portador(a) da Carteira de Identidade nº __e inscrito (a) no CPF sob nº. _____, representada por, nacionalidade, estado civil, portador(a) da Carteira de Identidade nº

__e inscrito (a) no CPF sob nº. _____, residente e domiciliado(a) na cidade de __, sito à __, portador(a) da Cédula de Identidade R.G. nº __e inscrito no C.P.F. sob nº

_____, declara sob as penas da Lei, que não existem fatos supervenientes à data de expedição do Certificado de Registro Cadastral desta empresa, que venham a impossibilitar a sua habilitação na licitação, já que continuam satisfeitas as exigências contidas no art. 27 da Lei nº 8.666/93.

E, por ser a expressão da verdade, firmamos a presente.

.....
(data)

.....
(representante legal)



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 02/2023
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 4565/2022
ANEXO VI

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

A pessoa jurídica _____, inscrita no CNPJ sob nº _____, com sede na cidade de _____, Estado de _____, sito à _____, neste ato representada por _____, nacionalidade, estado civil, portador(a) da Identidade nº _____ e inscrito (a) no CPF sob nº _____, DECLARA, para fins do disposto no [inciso V do art. 27 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993](#), acrescido pela Lei nº 9.854, de 27 de outubro de 1999, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos.

Ressalva: emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz () .

.....

(data)

.....

(representante legal)

(Observação: em caso afirmativo, assinalar a ressalva acima)



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 02/2023
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 4565/2022

ANEXO VII
CÓDIGO AUDESP:

MINUTA DE CONTRATO
CONTRATAÇÃO DE CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, E
DEMAIS SERVIÇOS, CONFORME BRIEFING

IDENTIFICAÇÃO DAS PARTES CONTRATANTES

A Superintendência de Água e Esgoto de Catanduva - SAEC, pessoa jurídica de Direito Público interno, inscrita no CNPJ sob n.º 10.559.279/0001-00, estabelecida na Rua São Paulo, nº 1.108, CEP 15.804-000, nesta cidade, representada por seu Superintendente **Sr. MARCO ANTONIO MACHADO**, brasileiro, engenheiro civil, casado, portador do RG nº 6.417.002 e inscrito no CPF sob o nº 002.768.088-60, residente e domiciliado na Rua Rio Grande do Norte nº 517, Higienópolis, CEP 15804-050 na Cidade de Catanduva - SP, doravante denominado **CONTRATANTE**, em atendimento à solicitação da Assessora de Comunicação, Sra. Karla Sibro e, do outro lado, a empresa **Nome Contratada**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob nº, localizada no endereço nº, bairro, Cidade, Estado, CEP, doravante denominado **CONTRATADA**, resolvem firmar o presente contrato decorrente do processo de licitação conforme **CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 02/2023**, originada do processo administrativo nº 4565/2022, regido pela Lei nº 8.666/93 e alterações posteriores, mediante as cláusulas e condições a seguir estabelecidas.

CLÁUSULA PRIMEIRA DO OBJETO

1.1 - **CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, E DEMAIS SERVIÇOS, CONFORME BRIEFING**, em conformidade com as especificações constantes no Anexo VIII do edital, que é parte integrante e indissociável deste contrato.

CLÁUSULA SEGUNDA DO VALOR E DOTAÇÃO

2.1-O valor total do Contrato é de R\$ _____ (_____), sendo que as despesas relativas ao objeto serão suportadas pela seguinte dotação, exercício 2023: - Nota de Reserva Orçamentária nº 883, Ficha 13, Unidade 050100, Funcional 17.512.0018.2059.0000, Categoria



Econômica 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica, Código de Aplicação 110 000, Fonte de Recurso 0 0400.

CLÁUSULA TERCEIRA DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

3.1 - O pagamento será efetuado mensalmente, em até 28 (vinte e oito dias), mediante a apresentação da nota fiscal e relatório de todas as atividades executadas no mês, devidamente assinada pelo fiscal do contrato, diretamente em conta bancária da contratada a saber: Banco ____, Agência _____ Conta nº ____.

3.3 - Para se habilitar ao pagamento, deverá ser apresentada a Nota Fiscal, juntamente com: número da licitação, comprovantes de todas as suas obrigações tributárias, encargos trabalhistas e sociais.

CLÁUSULA QUARTA DA REVISÃO DE VALORES

4.1- Não haverá reajuste de preços, exceto se para manter o equilíbrio econômico-financeiro, desde que devidamente comprovado e aceito pela outra parte, utilizando como parâmetro o índice IPCA - Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo, desde que não haja outro índice específico.

CLÁUSULA QUINTA DA EXECUÇÃO DO OBJETO E PRAZO DE VIGÊNCIA DO CONTRATO

5.1 - O prazo de execução dos serviços será de 12 (doze) meses, contados da data de assinatura do contrato, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos nos termos da lei nº 8.666/93.

CLÁUSULA SEXTA DA FISCALIZAÇÃO E DO RECEBIMENTO DO OBJETO

6.1- A Fiscalização da execução do presente Contrato ficará a cargo do servidor designado a responder pela área de Comunicação Social, que deverá ter amplo acesso aos serviços e aos documentos que lhe digam respeito, mantendo o número de fiscais que julgar necessário.

6.2- A Contratante descontará do correspondente pagamento o valor de qualquer serviço considerado em desacordo.

6.3- A fiscalização dos serviços pela Contratante não exonera nem diminui a completa responsabilidade da Contratada, por qualquer inobservância ou omissão às cláusulas contratuais.

CLÁUSULA SÉTIMA DAS OBRIGAÇÕES

7.1- São obrigações da contratada:

7.1.1 - Realizar os serviços de acordo com as especificações constantes no Anexo VIII do edital;

7.1.2 - Responder civil e administrativamente, por todos os danos, perdas e prejuízos que por dolo



ou culpa no cumprimento do Contrato venha diretamente ou indiretamente provocar ou causar por si ou por seus empregados à Contratante ou a terceiros, bem como ao Patrimônio Público;

7.1.3 - Se responsabilizar por seus empregados e arcar com todos os encargos e obrigações de natureza trabalhista, previdenciária, acidentária, tributária, administrativa e civil decorrentes da execução do objeto do contrato, isentando a SAEC de qualquer vínculo empregatício;

7.1.4 - Manter durante a execução do contrato todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação;

7.1.5 - Se responsabilizar pela qualidade e prestação dos serviços;

7.1.6 - Não Subcontratar o objeto da licitação;

7.1.7 - Contratar somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante para fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do artigo §1º do artigo 2º da Lei nº (12.232/10);

7.1.8 - Proceder à coleta de orçamentos de fornecedores, nos termos do artigo 14 § 1º da Lei nº (12.232/10), em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato, dispensando esse procedimento, quando o fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea a do inciso II do art. 23 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993;

7.1.9 - Referente aos custos e as despesas de veiculação apresentados ao contratante, para pagamento, deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível;

7.1.10 - Manter durante o período de no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas; e,

7.1.11 - Obter as melhores condições financeiras na renovação em relação à atores e modelos, sobre o cachê original, pelos direitos de uso de imagem e de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, entendido que o valor inicialmente contratado poderá ser corrigido, no máximo, *até o equivalente à variação do Índice IPCA-IBGE*, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos; e, aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas às peças, sobre o valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente pactuado, entendido que o valor inicialmente contratado



poderá ser corrigido, no máximo, até o equivalente à variação do Índice IPCA-IBGE, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

7.2 - São obrigações da contratante:

7.2.1 - Prestar à Contratada todos os esclarecimentos necessários à execução dos serviços;

7.2.2 - Promover a fiscalização e efetuar o pagamento na época oportuna conforme avençado no presente instrumento;

7.2.3 - Exigir sempre a apresentação pelo contratado de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, para o fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no caput do artigo 14 da Lei nº 12.232/10.

CLÁUSULA OITAVA DA INEXECUÇÃO E DA RESCISÃO

8.1 - A inexecução do contrato configura-se de forma total ou parcial. Assim, quaisquer dos motivos constante no artigo 78 da lei 8.666/93, podem ensejar a rescisão do contrato, devendo observar o disposto nos artigos 79 e 80 do mesmo diploma legal.

CLÁUSULA NONA DA CLÁUSULA PENAL

9.1- Sem prejuízo das sanções previstas no art. 87 da Lei Federal nº 8.666/93, a Contratada ficará sujeita às seguintes penalidades, garantida a prévia defesa:

9.1.1- **Multa** de até 20% (vinte por cento) sobre o valor total do contrato em caso de inadimplência total ou parcial do Contrato;

9.1.2- **Suspensão do direito de licitar** e de contratar com a SAEC pelo prazo de até 02 (dois) anos, dependendo da natureza e gravidade da falta, consideradas as circunstâncias e interesse da própria SAEC; e,

9.1.3- **Declaração de inidoneidade** para licitar e contratar com a SAEC em função da natureza e gravidade da falta cometida ou em caso de reincidência.

9.2- As multas previstas nesta Cláusula não tem caráter compensatório, porém, moratório, e consequentemente o pagamento delas não exime a Contratada da reparação dos eventuais danos, perdas ou prejuízos que seu ato punível venha acarretar à Contratante.

9.3- As penalidades acima mencionadas não excluem quaisquer outras previstas em Lei, nem o direito que assiste à SAEC de ressarcir-se das perdas e danos que vier a sofrer.

9.4- Os valores básicos das multas, notificadas pela Contratante, serão descontados através documentos emitidos pela SAEC.

9.5- Enquanto a Contratada não cumprir as condições contratuais estabelecidas, a Contratante reterá



seus pagamentos e garantias contratuais.

CLÁUSULA DÉCIMA

10.1- O presente contrato rege-se-á pela Lei Federal nº 8.666/93 com suas alterações posteriores.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA DA VINCULAÇÃO AO EDITAL

11.1 - O presente contrato vincula-se ao edital.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA DO FORO

12.1- Elegem as partes, para dirimir questões oriundas do presente instrumento, não resolvidas administrativamente, o foro da Cidade e Comarca de Catanduva, Estado de São Paulo, com exceção de qualquer outro por mais privilegiado que seja.

12.2 - Estando as partes, assim justas e contratadas, assinam o presente instrumento em 04 (quatro) vias de igual teor e forma, com único efeito, na presença das 02(duas) testemunhas abaixo identificadas.

CATANDUVA XXXX DE XXXXX DE 2.02X.

MARCO ANTONIO MACHADO
SUPERINTENDÊNCIA DE ÁGUA E ESGOTO DE CATANDUVA
CONTRATANTE

CONTRATADA

TESTEMUNHAS

NOME

R.G. nº

NOME

R.G. nº



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 02/2023
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 4565/2022
ANEXO VIII

TERMO DE REFERÊNCIA

CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, E DEMAIS SERVIÇOS, CONFORME BRIEFING

Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob o regime de empreitada por preço unitário, nos termos das Leis nº 4.680, de 18.06.65, nº 12.232 de 29/04/10 e nº 8.666, de 21.06.93, no que couber, dos Decretos nº 57.690 de 01/02/66 e 4.563 de 16/12/98.

A Execução de Serviços Publicitários está definida nas Normas-Padrão do II Congresso Brasileiro de Propaganda, incorporada pela Decreto Federal nº. 57.690 de 1º de fevereiro de 1996, com as alterações do Decreto nº. 4.563, de 31 de dezembro de 2002, nas Normas-Padrão para prestação de serviços de comunicação pelas agências de propaganda, anunciantes e veículos de comunicação e suas recíprocas relações vigentes, Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e suas alterações, bem como do Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária, observando o caráter educativo, informativo e de orientação social.

A agência de propaganda executar as atividades, nos termos do artigo 2º, caput, §1º e §2º da Lei nº 12.232, de 29 e abril de 2010:

“Art. 2º Para fins desta Lei, considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

§ 1º Nas contratações de serviços de publicidade, poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

- I- ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º desta Lei;**
- II - à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;**



III - à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

§ 2º Os contratos de serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas no caput e no § 1º deste artigo, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor.”



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 02/2023
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 4565/2022
ANEXO IX

**VALORES REFERENCIAIS DE SERVIÇOS INTERNOS SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE
PROPAGANDA DE SÃO PAULO - SINAPRO-SP (ARQUIVO ANEXO)**

Arquivo: "Documento-Valores-Referenciais.pdf"