



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2024
PROCESSO DE COMPRAS Nº 343/2024
TIPO DE JULGAMENTO: Técnica e Preço

A **Universidade Municipal de São Caetano do Sul - USCS**, torna público que realizará a licitação na modalidade **Concorrência Pública** presencial que tem a pretensão de realizar a contratação de serviços de publicidade prestados por meio de agência de propaganda, conforme descrito neste Edital e seus Anexos, e em conformidade com a Lei 12.232/2010 e subsidiariamente às Leis Federais 14.133/2021, 4680/1965 e artigos 42 a 46 da Lei Complementar 123/2006, bem como a portaria da Universidade USCS de número 115/2024.

TIPO: “Técnica e Preço”

REGIME DE EXECUÇÃO: Empreitada por preço unitário, previsto na Lei nº 12.232/2010 e complementarmente pela Lei 14.133/2021.

RITO: Rito procedimental comum, conforme disposto no artigo 29 da Lei 14.133/2021

MODO DE DISPUTA: Fechado, conforme disposto no inciso II, parágrafo 2º do artigo 56 da Lei 14.133/2021.

O Processo licitatório em referência será conduzido por Comissão de Contratação, devidamente designada, de acordo com regramento definido na Lei 14.133/2021 e pelas normas contidas neste edital, inclusive no que concerne ao disposto no parágrafo 5º do artigo 17 da mesma Lei Federal.

OBJETO: Contratação de agência de publicidade para a prestação de serviços técnicos de publicidade e propaganda visando a elaboração de projetos e campanhas da Universidade Municipal de São Caetano do Sul. A contratação de agência para fornecer os serviços de publicidade e propaganda se dará de acordo com as definições e especificações contidas no Termo de Referência, amparado nas considerações que regem o Estudo Técnico Preliminar

Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sendo que o processo licitatório e a contratação serão regidos pela Lei Federal nº 12.232/2010, e complementarmente pelas Leis Federais 4.680/1965 e 14.133/2021 e alterações posteriores.

RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS: As despesas correrão por conta da dotação orçamentária própria sob nº 12.364.1500.2.133.3.3.90.39.00, estando estimadas em R\$ 9.500.000,00 (nove milhões e quinhentos mil de reais) pelos primeiros 12 (doze) meses.

RETIRADA DO EDITAL: O Edital, seus Anexos e o Invólucro nº 01 – Via Não Identificada – estarão à disposição dos interessados na Seção de Licitação, à Rua Maceió, 177, CEP 09551-030, Barcelona - São Caetano Sul - SP, em dias úteis, das 9h às 12h e das 13h às 17h, mediante recolhimento da taxa de R\$ 30,00 (trinta reais) correspondente as custas operacionais e retirada de pen drive.

Demais informações sobre o edital estarão disponíveis no link <http://licitacao.uscs.edu.br/web> ou ainda através dos telefones (11) 4239.3302 / 4239.3350 / 4239.3215 e e-mail: licitacao@online.uscs.edu.br

DATA DA REUNIÃO DE LICITAÇÃO: Os invólucros com as Propostas Técnica e de Preço serão recebidos na abertura da reunião de licitação, a ocorrer conforme descrito abaixo:

Data: 13/08/2024

Hora: 9h

Local: Sala de Licitações – Rua Maceió, 177, Barcelona - São Caetano Sul/SP. Se a USCS não tiver expediente administrativo nessa data, a reunião fica adiada para o primeiro dia subsequente em que haja expediente administrativo, mantido o mesmo horário.

Os documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnica e de Preço serão recebidos e abertos na data, hora e local a serem designados pela Comissão de Licitações e Julgamento.

Quando não mencionados em contrário, os prazos contados neste Edital são contados em dias corridos.

A abertura dos invólucros e demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital e na legislação aplicável.

1. DO OBJETO

A USCS, por intermédio da Comissão de Contratação, torna público para conhecimento de quem possam interessar, que fará realizar licitação da modalidade Concorrência Pública do tipo Técnica e Preço, objetivando a contratação de agência de publicidade para a prestação de serviços publicitários, na elaboração de projetos e campanhas para a Universidade USCS.

1.1. Compreendem os 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.

1.2. Também integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

a) À produção e à execução técnica das peças e projetos criados;

b) Ao planejamento e à execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados a determinada ação publicitária;

c) À criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias desenvolvidas.

1.2.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 1.2., “b” terão a finalidade de:

a) Gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da USCS, o público-alvo, e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

b) Aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;

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

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

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

1.4. Para a prestação de serviços será contratada uma agência de propaganda, que tenha suas atividades disciplinadas pela Lei 4.680/65 e que tenha obtido o certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4º da Lei 12.232/2010.

1.4.1. A agência de publicidade e propaganda atuará de acordo com a solicitação da USCS.

1.4.2. A agência atuará por conta e ordem da USCS na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução das atividades complementares a que se refere o subitem 1.1. e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão das mensagens publicitárias (artigo 3º da Lei 4.680/1965 c/c ao artigo 2º da Lei 12.232/10).

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

1.4.3.1. Não é admitida a contratação de fornecedores para execução dos serviços de planejamento, criação, concepção e supervisão dos serviços de produção.

1.4.3.1.1. Obedecido o critério explicitado no subitem imediatamente anterior, toda e qualquer contratação deverá ter a prévia e expressa autorização da Universidade USCS.

1.4.4. Quando da solicitação dos serviços, a agência contratada, sendo requisitada, deverá interagir com a UNBOX, agência experimental integrada dos cursos de comunicação da USCS, com o intuito de criar espaços e condições para que os estudantes participantes dessa agência adquiram conhecimentos a partir da interação com situações reais. O formato de interação será discutido, de comum acordo, entre representante designado pela agência contratada, o professor coordenador da UNBOX e o representante de Comunicação e Marketing da USCS.

1.4.5. A USCS se reserva no direito de solicitar alternativas de criação, à agência UNBOX, para campanhas de vestibular e de outras campanhas de divulgação institucional, e outros produtos e serviços da universidade; e decidir pela sua utilização, cabendo à agência contratada o fornecimento dos serviços de mídia e de produção de terceiros

1.4.6. O prazo para desenvolvimento das peças e materiais será definido pela USCS considerando a urgência e complexidade da demanda.

2. CONDIÇÕES GERAIS

2.1. A participação nesta Concorrência implica para a licitante:

a) A aceitação plena e irrevogável das normas constantes do presente Edital e dos seus Anexos;

b) A confirmação de que recebeu da Comissão o **invólucro nº 01**, bem como todos os documentos e informações necessárias à participação nesta licitação;

- c) A observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor;
- d) A responsabilidade pela veracidade das informações e dos documentos que apresentar durante a licitação;
- e) As microempresas e empresas de pequeno porte que quiserem usufruir dos benefícios concedidos pela LC 123/2006, devidamente atualizada, deverão apresentar juntamente com o Credenciamento comprovação da sua condição de microempresa ou empresa de pequeno porte, por meio de declaração de enquadramento no artigo 3º da LC nº 123/2006 e da Lei Municipal nº 4.660/2008, sob pena de, em não o fazendo, não utilizar-se das benesses ali dispostas.

2.2. Não poderão participar da licitação empresas:

- a) Cujo dirigente seja funcionário e/ou prestador de serviços da Universidade USCS;
- b) Suspensas de licitar ou impedidas de contratação com a USCS, enquanto durar a suspensão ou o impedimento;
- c) Declaradas inidôneas para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurar o motivo determinante da punição ou até que seja promovida a reabilitação;
- d) Que tenha sido decretada falência.

2.3. Não é permitida a participação de licitante com mais de uma proposta.

2.4. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das propostas e documentos de habilitação exigidos nesta Concorrência, independentemente da condução ou do resultado da licitação.

2.5. Não poderão participar da licitação as agências integrantes de um mesmo grupo – assim entendidas, para efeito deste edital, aquelas que tenham diretores ou sócios em comum.

3. INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTO DE DÚVIDAS

3.1. Esclarecimentos sobre esta Concorrência serão prestados pela Comissão de Contratação desde que os pedidos sejam recebidos em até 3 (três) dias úteis anteriores à data fixada para recebimento das Propostas Técnicas e de Preços, conforme consta no preâmbulo deste Edital; qualquer pessoa poderá solicitar esclarecimentos.

3.2. Os pedidos de esclarecimentos não constituirão motivos para que se altere a data e o horário da Sessão de licitação, salvo se estes modificarem a formulação das propostas, observando-se neste caso o contido no subitem 3.6.

3.3. A solicitação de esclarecimento não deve utilizar termos que possam propiciar a identificação da proposta da licitante perante a Subcomissão Técnica, quando do julgamento da **via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária – invólucro nº 01**.

3.4. A USCS dará conhecimento das consultas e respectivas respostas, sem informar a identidade da licitante consulente, exclusivamente por meio da internet, no endereço <http://licitacao.uscs.edu.br/web> no prazo de até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame

3.5. Cabe às licitantes interessadas acessar o referido endereço para conhecer as consultas e as respectivas respostas.

3.6. As alterações do Edital que afetarem a formulação da proposta serão comunicadas aos interessados que o retiraram e divulgadas pela mesma forma que se deu o texto original, reabrindo-se o prazo inicialmente estabelecido.

3.7. Qualquer pedido de esclarecimento em relação a eventuais dúvidas na interpretação do presente Edital e seus Anexos deverá ser encaminhado por escrito à Comissão de

Contratação da USCS, à Rua Maceió, 177, Bairro Barcelona – São Caetano do Sul, CEP 09551-030 ou por meio do documento escaneado e assinado enviado para os e-mail: licitacao@online.uscs.edu.br nos termos do item 3.1.

4. IMPUGNAÇÃO AO EDITAL

4.1. Toda e qualquer pessoa física e/ou jurídica é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade. Qualquer pedido de impugnação deverá ser protocolizado em até 03 (três) dias úteis anteriores à data fixada para recebimento das Propostas Técnica e de Preços, no endereço e nos horários mencionados no preâmbulo deste Edital.

4.2. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, a pessoa **física e/ou jurídica** que não se manifestar até às 8h59 do dia 08/08/2024 (três dias úteis anteriores à data da apresentação das propostas), apontando as falhas ou irregularidades que o viciaram.

4.3. A administração responderá formalmente ao pedido de impugnação do edital no prazo de até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame, cuja publicação dar-se-á em sítio eletrônico oficial.

4.4. A impugnação deverá ser protocolizada fisicamente de segunda a sexta-feira, 9hs às 12h e das 13h às 17h, no endereço descrito no preâmbulo no item referente à retirada do Edital (Rua Maceió, 177, bairro Barcelona, São Caetano do Sul/SP).

4.5. A impugnação tempestiva **NÃO** impede a licitante de participar da licitação, quando convocada.

4.6. A impugnação também poderá ser enviada para os e-mail: licitacao@online.uscs.edu.br, caso em que o original (material físico, impresso e assinado) deverá ser apresentado no endereço do subitem 4.4., no prazo de três dias contados da recepção do e-mail, desde que a apresentação física da impugnação atenda ao prazo indicado no subitem 4.2.

4.7. A apresentação de impugnação após o prazo estipulado no subitem 4.2. ou sem o protocolo do original, no caso do subitem 4.6., implica o seu recebimento como mera informação.

5. CREDENCIAMENTO DOS REPRESENTANTES

5.1. A licitante poderá designar apenas 01 (Um) preposto para representá-la na reunião de licitação.

5.2. Nenhum preposto poderá representar mais de uma licitante.

5.3. O credenciamento do preposto será realizado mediante Instrumento Público ou Particular, ou Carta de Credenciamento, conforme modelo constante do **Anexo I** deverá outorgar poderes por quem de direito (devidamente comprovado), para a prática de todos os atos pertinentes ao certame em nome da licitante e comporá os autos do processo licitatório.

5.4. Sendo o representante sócio, proprietário ou dirigente da empresa proponente, deverá apresentar cópia do respectivo Estatuto ou Contrato Social, no qual estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura.

5.5. O credenciado deverá identificar-se exibindo o documento de identidade, ou outro legalmente equivalente, fora dos envelopes.

5.6. A licitante que não estiver devidamente representada nos termos descritos acima não terá sua participação prejudicada no certame, entretanto não poderá se manifestar formalmente.

5.7. Havendo substituição do representante credenciado no decorrer da licitação e caso haja interesse em designar outro credenciado, a licitante deverá apresentar novos documentos de representação.

5.8. Caso a licitante não deseje se fazer representar na reunião de licitação, poderá encaminhar por meio de portador – na data, hora e local indicados no preâmbulo deste Edital – os invólucros com a documentação exigida para a sua participação no certame.

5.9. Não serão recebidos invólucros enviados por via postal.

6. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

Quesitos: Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

Subquesitos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

I – Plano de Comunicação publicitária

Raciocínio Básico

Estratégia de Comunicação Publicitária

Ideia Criativa

Estratégia de Mídia e Não Mídia

II – Capacidade de Atendimento

III – Repertório

IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

6.1.1. A Proposta Técnica deverá ser redigida em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente – com clareza e sem emendas ou rasuras.

QUESITOS:

I – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

6.2. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser constituído por caderno específico composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no briefing – **Anexo VIII** e nas orientações deste Edital, observadas especialmente as seguintes previsões:

I – formatação realizada conforme subitens 6.2.5 a 6.2.9;

II – elaboração em 02 (duas) vias, quais sejam:

a) Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

I. O Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não identificada** não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite, por si só, a identificação de sua autoria antes da abertura do invólucro número 02.

b) Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

I. O Plano de Comunicação Publicitária – **Via Identificada** deverá constituir-se em exemplar com o mesmo conteúdo da Via Não Identificada – sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa a que se refere o subitem 6.2.3. – e conterá a identificação da licitante, assim como data e assinatura na última página e rubrica nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.

SUBQUESITOS:

6.2.1. **Raciocínio Básico:** deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da USCS,

sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no briefing.

6.2.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante apresentará as linhas gerais de sua proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, geral e específicos de comunicação, relacionados a esse desafio expressos no briefing, compreendendo:

I. explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu Raciocínio Básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;

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

6.2.3. Ideia Criativa: a licitante apresentará proposta de campanha publicitária para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária.

6.2.3.1. Todas as peças e ou material que compõem a campanha deverão ser listados em uma relação, com comentários circunscritos à especificação de cada peça e ou material.

6.2.3.2. A relação deverá indicar as peças e ou material que foram corporificados nos termos do subitem 6.2.3.3.

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

I. Serem apresentados sob a forma de:

a) roteiro, layout e ou storyboard impressos, para qualquer meio;

II. Limitar-se, sob pena de desclassificação, a 05 (cinco) exemplos, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material, observadas as seguintes regras:

a) Cada redução e ou variação de formato será considerada como uma peça;

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

c) Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablete, assim como painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor) será considerada como uma peça, se o entendimento da mensagem depender da leitura do conjunto sequencial e uma peça sozinha não transmitir a mensagem completa da comunicação;

d) Um hot site e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;

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

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

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

6.2.3.3.4. Cada exemplo de peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: “cartaz”, “filme TV”, “spot rádio”, “anúncio revista”, “monstro internet”).

6.2.3.3.5. Peças que não se ajustem as dimensões do **invólucro nº 01** poderão ser dobradas.

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

I. justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante e em função da verba referencial indicada no briefing;

II. simulação do plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material constantes da relação prevista no subitem Ideia Criativa.

6.2.4.1. Da simulação do plano de distribuição deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

I – período de distribuição das peças e/ou material;

II – quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

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

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

V – quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não mídia;

VI – valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não mídia.

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

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

I – os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação, exceto mídias digitais que não possuem tabelas, e mídias digitais que não operam com tabelas de preços;

II – a simulação de compra poderá ser feita através de terceiros (trading desk) ou alocados diretamente nas plataformas, como Meta ADS ou Google ADS;

III – caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços da tabela a que se refere o subitem imediatamente anterior, deverão ser os vigentes na data de publicação do último aviso da licitação em tela;

IV – devem ser desconsiderados os honorários e custos internos de bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

FORMATÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

6.2.5. O caderno específico que compõe o **Plano de Comunicação Publicitária** deverá observar a seguinte formatação:

I – Caderno único, com espiral preto colocado à esquerda;

II – capa e contracapa em papel A4 branco, com 75g/m² a 90g/m², ambas em branco;

III – conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75g/m² a 90g/m²;

IV – espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;

V – títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

VI – espaçamento “simples” entre linhas e, opcionalmente, duplo após título e entretítulos e entre parágrafos;

VII – alinhamento justificado do texto;

VIII – texto enumeração de páginas em fonte “arial”, cor “automático”, tamanho “12 Pontos”;

IX – sem numeração de páginas;

6.2.6. Os textos do **Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária** e da relação de peças e/ou materiais estão limitados, no conjunto, a 08 (oito) páginas, não computadas nesse limite a capa e contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquestos.

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

6.2.7. Os exemplos de peças e/ou materiais integrantes do subquesto **Ideia Criativa** deverão ser apresentados:

I. separadamente (soltas) do caderno que compõe o Plano de Comunicação sem numeração de páginas;

II. devem ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do invólucro nº 01, e não poderá estar danificado ou deformado pelas peças, materiais e/ou demais documentos neles acondicionados de modo a possibilitar a identificação da proponente;

III. Peças que não se ajustem às dimensões do invólucro nº 01 poderão ser dobradas;

IV. As peças devem ser impressas em tamanho A3, podendo usar papel especial.

6.2.8. As tabelas e gráficos integrantes dos subquestos **Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária** poderão:

I – ser editados em cores;

II – ter seu conteúdo editado com a fonte “arial”;

III – ser apresentado em papel A3 dobrado, que será considerado 02 (duas) páginas para efeito do subitem 6.2.6.

6.2.9. As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquestos **Estratégia de Mídia e Não Mídia** poderão:

I – ser editados em cores;

II – ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos, não sendo exigida formatação de margem específica;

III – ser apresentados em papel A3 dobrado.

IV – ser apresentado em orientação paisagem.

II – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

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

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

II - a quantificação e a qualificação dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, redação, direção de arte, produção, mídia e atendimento.

a) a qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido, no máximo 05 linhas, contendo nome, formação e a experiência dos profissionais.

b) a comprovação do vínculo com estes profissionais poderá ser feita com as cópias simples dos registros no livro de registro da empresa proponente, acompanhada pela GFIP gerada pelo sistema do governo Federal com dados do Ministério da Fazenda e do Trabalho e Emprego, ou, com as respectivas carteiras de trabalho, contrato social ou contrato de prestação de serviços entre a empresa licitante e o profissional apresentado, comprovando a função exercida. Vedado o acúmulo de funções.

III – as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato.

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

6.3.1. Os documentos e informações que compõem o caderno específico mencionado no subitem 6.3. deverão ser formatados em papel A4, com ou sem o uso de cores, em fonte “arial”, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.

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

III – REPERTÓRIO

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

6.4.1. No caderno específico do Repertório deverão ser apresentadas 05 (cinco) peças e/ou materiais, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado o seguinte:

I – as peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2018;

II – as peças eletrônica deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltas);

III – as peças gráficas poderão ser impressas em papel A3, podendo inclusive ser apresentadas dobradas;

IV – as peças e/ou materiais não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a USCS seja ou tenha sido signatária;

V – formatação na orientação retrato, em fonte “arial”, tamanho “12 pontos”, com ou sem o uso de cores, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos;

6.4.1.1. Para cada peça e/ou materiais previstos no subitem 6.4.1., deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, além do título, data de produção, período de veiculação, exposição e/ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

6.4.1.2. A apresentação de peças e/ou materiais em número inferior quando comparado ao exigido no subitem 6.4.1. implica, para este quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.

6.4.1.2.1. A proporcionalidade a que se refere o subitem 6.4.1.2. será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 9.3., III.

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

IV – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

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

6.5.1. As propostas de que trata o subitem 6.5 devem ter recebido a autorização para sua produção ou ter sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2018.

6.5.2. A apresentação de apenas 1 (um) relato no caderno específico implica, para este quesito, pontuação máxima equivalente à metade de pontuação máxima prevista no subitem 9.3.,IV.

6.5.3. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes ou ex-clientes, e não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a USCS seja ou tenha sido signatária.

6.5.3.1. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, mediante a rubrica do autor do referendo em todas as suas páginas.

6.5.3.2. Na última página do relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário acompanhada do seu nome e cargo ou função.

6.5.4. Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 03 (três) peças e/ou materiais – não computados no limite de páginas a que se refere o subitem 6.5 – independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

I – as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltas);

II – as peças gráficas poderão ser impressas em papel A3, podendo inclusive ser apresentadas dobradas;

III – para cada peça e/ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com os dados técnicos de produção e/ou veiculação.

6.5.5. Os documentos e informações que compõem o caderno específico mencionado no subitem 6.5 deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4, com ou sem o uso de cores, em fonte “arial” tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.

7. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

7.1. A Proposta de Preço deverá ser elaborada conforme modelo constante do **Anexo III**, informando o percentual de desconto sobre os honorários incidentes (sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referente à produção e à execução técnica de peça e/ou material, assim como a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária e o desconto a ser concedido nos custos internos da agência, calculados sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda o Estado de São Paulo, nos termos do artigo 11 da Lei 4.680/65).

7.2. A Proposta de Preços **deverá** conter, sob pena de desclassificação:

7.2.1. O desconto sobre os custos internos de produção da própria licitante, apurado em relação à tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do São Paulo (SINAPRO);

7.2.2. O desconto a ser concedido na remuneração de 15% (quinze por cento) sobre a contratação de serviços de terceiros no processo de produção

7.2.3. A proposta deverá ser apresentada em 01 (uma) via original, sem emendas, rasuras, corretivos ou entrelinhas, com suas folhas rubricadas e a última contendo data, assinatura e identificação do signatário, que obrigatoriamente deverá possuir capacidade para o ato;

7.2.4. Não deverão conter alternativas de preços ou qualquer condição que induza o julgamento a ter mais de um resultado, sob pena de desclassificação;

7.2.5. Valor proposto deverão estar computados todos os valores necessários para o atendimento do objeto da presente licitação, tais como tributos, encargos diretos e indiretos, encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais, comerciais, taxas e tarifas, fretes, seguro, custos inerentes à aquisição, transporte, armazenamento e utilização de materiais a serem empregados na execução dos serviços;

7.2.6. Havendo discrepância entre o percentual expresso em algarismo e o expresso por extenso, será validado o percentual por extenso;

7.2.7. As propostas serão consideradas completas e suficientes para a execução do objeto licitado, sendo desconsiderada qualquer reivindicação de pagamento adicional devido a erro ou má interpretação de parte da licitante. O valor cotado é de inteira responsabilidade da licitante, devendo observar com rigor, quando da elaboração da proposta, para que não ocorra erros de digitação, especificações incompletas, ou valores cotados erroneamente, estando sujeito à desclassificação da proposta.

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

7.2.9. O prazo de validade, que não poderá ser inferior a 60 (sessenta) dias, contados da data da entrega dos envelopes;

7.3. A Proposta de Preço deverá ter declaração da licitante:

7.3.1. Comprometendo-se a empregar com empenho esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à USCS as vantagens obtidas

7.3.2. Informando estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na cláusula nona do **Anexo XII** – minuta de contrato.;

7.4. A licitante deverá apresentar **declaração** de que sua proposta econômica compreende a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de entrega da proposta (**Anexo VII**). A não entrega desse documento ensejará a desclassificação da proponente.

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

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

7.7. A classificação das Propostas de Preços observará a ordem dos percentuais apresentados e a respectiva pontuação atribuída em cada um dos fatores, sendo considerada como a de menor preço aquela que receber maior pontuação, relativo ao (i) percentual de

desconto sobre os custos internos da agência baseado na tabela de custos internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo e (ii) ao percentual de honorários relativos à produção de peças e/ou materiais incidentes sobre os custos de serviços realizados por terceiros.

8. DISPOSIÇÕES GERAIS

8.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão de Contratação condicionada em três invólucros distintos, conforme subitem 8.2., 8.3. e 8.4. e a **Proposta de Preço**, no invólucro nº 4, conforme subitem 8.5., na data, hora e local indicados no tópico “reunião de licitação” do preâmbulo deste Edital.

8.1.1. O invólucro nº 01 será padronizado e fornecido pela USCS mediante solicitação formal da licitante à Comissão de Contratação pelo e-mail: licitacao@online.uscs.edu.br ou de segunda a sexta-feira, 9hs às 12h e das 13h às 17h, na Rua Maceió, 177, bairro Barcelona - São Caetano do Sul, CEP 09551-030.

8.1.1.1. O invólucro nº 01 deverá ser retirado por portador da empresa que dará recibo, no qual constarão os seguintes dados da empresa: nome empresarial, CNPJ, endereço, telefone e e-mail.

8.1.2. Os invólucros de números **02, 03 e 04**, serão providenciados pela licitante e deverão ser adequados às características de seu conteúdo, desde que invioláveis quanto às informações de que tratam até a sua abertura.

Atenção: O invólucro nº 05, contendo os documentos de Habilitação, deverá ser entregue em sessão pública específica, nos termos do item 10.

INVÓLUCRO Nº 01

8.2. No invólucro nº 01, invólucro padronizado fornecido pela USCS, deverá estar condicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**, de que trata o subitem 6.2, caput e inciso II, “a”.

8.2.1. O invólucro nº 01 deverá estar **sem** fechamento e **sem** rubrica.

8.2.2. Para preservar, até a abertura do invólucro nº 02, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o invólucro nº 01 não poderá:

I. Apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite a identificação da licitante antes da abertura do invólucro nº 02

II. Estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

Atenção: Recomenda-se cuidado no manuseio do invólucro nº 01, a fim de evitar que qualquer dano ou deformação venha a gerar, nos termos do subitem 12.8.2. o impedimento em participar desta licitação.

INVÓLUCRO Nº 02

8.3. No invólucro nº 02, deverá estar condicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**, que trata o subitem 6.2, caput e inciso II, “b”, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.

8.3.1. O invólucro nº 02 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

PROPOSTA TÉCNICA – INVÓLUCRO Nº 02
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA
Universidade Municipal de São Caetano do Sul - USCS
Concorrência Pública nº 01/2024

Empresa proponente (indicar a razão social da licitante)

CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

INVÓLUCRO Nº 03

8.4. No **invólucro nº 03**, deverão estar acondicionados os cadernos específicos, documentos e informações referentes à **Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**, de que tratam os subitens 6.3 a 6.5.

8.4.1. O invólucro nº 03 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

PROPOSTA TÉCNICA – INVÓLUCRO Nº 03

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

Universidade Municipal de São Caetano do Sul - USCS

Concorrência Pública nº 01/2024

Empresa proponente (indicar a razão social da licitante)

CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

8.4.2. O invólucro **nº 03**, assim como os cadernos específicos, documentos e informações que o compõe não poderão ter informação, marca, sinal etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro nº 02.

INVÓLUCRO Nº 04

8.5. O invólucro **nº 04** deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

PROPOSTA DE PREÇO – INVÓLUCRO Nº 04

Universidade Municipal de São Caetano do Sul - USCS

Concorrência Pública nº 01/2024

Empresa proponente (indicar a razão social da licitante)

CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

9. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

9.1. O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de **Técnica e Preço**, nos termos do artigo 5º da Lei 12.232/2010 e do artigo 6º, inciso XXXVII, alínea “c” da Lei Federal 14.133/2021.

9.1.1. As propostas técnicas e de preços terão pesos somados igual a 10 (dez inteiro), estabelecendo-se peso 6 (seis) para Proposta Técnica e peso 4 (quatro) à Proposta de Preço.

9.2. O julgamento das Propostas Técnicas será realizado pela Subcomissão Técnica, prevista no item 11, que julgará conforme os seguintes atributos dos quesitos e subquesitos desenvolvidos pela licitante:

I – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

a) **Raciocínio Básico (05 pontos)** – a acuidade de compreensão:

i. das Características da USCS e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; (01 ponto)

ii. da natureza, da extensão e da qualidade das relações da USCS com seus públicos; (02 pontos)

iii. do papel da USCS no atual contexto social, político e econômico; (02 pontos)

b) Estratégia de Comunicação Publicitária (10 pontos)

i. Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da USCS e ao desafio de comunicação; (02 pontos).

ii. Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos; (1,5 ponto).

iii. Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da USCS com seus públicos; (1,5 ponto).

iv. Adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação; (02 pontos).

v. Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta (1,5 ponto).

vi. Capacidade de articular os conhecimentos sobre a USCS, o desafio de comunicação a ser enfrentado, os públicos, os objetivos de comunicação e a verba disponível (1,5 ponto)

c) Ideia Criativa (10 pontos)

i. Adequação ao desafio de comunicação; (01 ponto).

ii. Adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante; (01 ponto).

iii. Adequação ao universo cultural do público-alvo (01 ponto).

iv. Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta; (01 ponto).

v. Originalidade da combinação dos elementos que a constituem; (01 ponto).

vi. Simplicidade da forma sob a qual se apresenta; (01 ponto).

vii. Pertinência às atividades de comunicação da USCS, assim como sua inserção na sociedade; (01 ponto).

viii. Desdobramentos comunicativos que ensejam conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados; (01 ponto).

ix. Exequibilidade das peças e/ou dos materiais;(01 ponto).

x. Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou nos materiais aos meios e aos públicos propostos.(01 ponto).

d) Estratégia de Mídia e Não Mídia (05 pontos)

i. Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público-alvo; (01 ponto).

ii. Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos; (0,5 ponto).

iii. Consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou dos materiais em relação aos dois subitens imediatamente anteriores; (01 ponto).

iv. Pertinência e oportunidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Universidade USCS; (01 ponto).

v. Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou materiais; (01 ponto).

vi. Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa. (0,5 ponto).

II – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO (20 pontos)

- a) Porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado; (04 pontos).
- b) Experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias; (04 pontos).
- c) Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da USCS; (04 pontos).
- d) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato; (04 pontos).
- e) Operacionalidade do relacionamento entre a USCS e a licitante, esquematizado na proposta (04 pontos).

III – REPERTÓRIO (05 pontos)

- a) Ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver; (02 pontos).
- b) Qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material; (1,5 ponto).
- c) Clareza da exposição das informações prestadas.(1,5 ponto).

IV – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO 05 (cinco) pontos

- a) Evidência de planejamento publicitário; (1,5 ponto).
- b) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; (01 ponto).
- c) Relevância dos resultados apresentados; (1,5 ponto).
- d) Concatenação lógica da exposição.(01 ponto).

9.3. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de **60 (sessenta)** pontos e será apurada considerando as seguintes pontuações máximas de cada quesito e subquesito:

I – Plano de Comunicação Publicitária: 30 (trinta) pontos

- a) Raciocínio Básico: 05 (cinco) pontos;
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária: 10 (dez) pontos;
- c) Ideia criativa: 10 (dez) pontos;
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 05 (cinco) pontos.

II – Capacidade de Atendimento: 20 (vinte) pontos

III – Repertório: 05 (cinco) pontos

IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 05 (cinco) pontos

9.3.1. Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e subquesitos, de acordo com a pontuação máxima prevista no item 9.3., obedecidos intervalos de 0,5 (meio) ponto.

9.3.2. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos a ele ou a seus subquesitos pelos membros da Subcomissão Técnica.

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

9.3.3.1. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída

ao quesito ou a subquesto reavaliado, a qual será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

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

9.4. Será desclassificada a licitante que:

I – não observar as determinações e as exigências deste Edital;

II - Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquestos de sua Proposta Técnica;

III – não alcançar, no julgamento de sua Proposta Técnica, a nota mínima de 50 (cinquenta) pontos;

IV - tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas.

9.5. Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as maiores notas, observadas as condições mínimas indicadas no subitem 9.4., II e III.

9.6. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das licitantes mais bem classificadas nesta fase, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos subquestos *ideia criativa, estratégia de comunicação publicitária, estratégia de mídia e não mídia* e nos quesitos *capacidade de atendimento, relatos de soluções de problemas de comunicação e repertório*.

9.6.1. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 12.9. ou em ato público marcado pela Comissão de Contratação, para o qual serão convidadas todas as licitantes.

9.7. Serão consideradas (vencedoras) do julgamento final das Propostas Técnicas as licitantes que atingirem no mínimo a nota de corte nessa etapa do processo licitatório.

JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

9.8. Na sessão pública designada pela Comissão de Contratação serão abertos os Invólucros nº 04 – Proposta de Preços – que serão rubricadas pela Comissão e pelos representantes das agências presentes à sessão.

9.8.1. O julgamento da proposta de preços será realizado pela Comissão de Contratação e terá nota máxima de 40 (quarenta) pontos, considerados os seguintes fatores:

a) Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de preços de São Paulo, sendo:

- I. Desconto de 10% = 4 pontos
- II. Desconto de 20% = 6 pontos
- III. Desconto de 30% = 8 pontos
- IV. Desconto de 40% = 10 pontos
- V. Desconto de 50% = 20 pontos

b) Percentual de honorários referentes à produção de peças e materiais, incidentes sobre os custos e serviços realizados por terceiros (sobre a comissão de 15%) sendo:

- I. Desconto acima de 10% = 0
- II. Desconto entre 10,00 e 8,00% = 5 pontos
- III. Desconto entre 7,99 e 7,00% = 10 pontos
- IV. Desconto entre 6,99 e 5,00% = 15 pontos
- V. Desconto entre 4,99 e 1,00% = 20 pontos

9.9. Será desclassificada a proposta de Preços que:

9.9.1. Não atender às exigências do Edital e de seus anexos, que apresentar descontos baseados em outra proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços ou, ainda, a proposta considerada como inexequível;

9.9.2. Apresentar 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 agência;

9.9.3. Não se admitirá proposta que apresente preços simbólicos, irrisórios ou de valor zero;

9.9.4. Não se considerará qualquer oferta e vantagem não prevista no Edital.

9.10. A nota final de cada Proposta de Preços será obtida mediante a soma das notas dos quesitos constantes no subitem 9.8.1. “a” e “b”.

9.11. O julgamento das melhores propostas, dar-se-á conforme descrito abaixo:

9.11.1. Será considerada vencedora a licitante que obtiver a maior nota final, aferida de acordo com a seguinte métrica:

Nota Final = (Nota pontuação técnica x 6) + (Nota pontuação de preço x 4) / 10

9.12. Em caso de empate, a classificação se fará por sorteio na própria sessão, ou eventualmente na impossibilidade, em ato público marcado pela Comissão de Contratação.

9.13. Até a assinatura do instrumento de contrato a Universidade Municipal de São Caetano do Sul poderá desclassificar, por despacho devidamente fundamentado, qualquer proponente sem que lhe caiba indenização ou ressarcimento, sem prejuízo de sanções cabíveis, havendo conhecimento de qualquer fato ou circunstância anterior ou posterior ao julgamento da licitação, que desabone sua idoneidade ou capacidade financeira, técnica ou administrativa.

9.14. Ocorrendo a desclassificação da proposta da licitante vencedora por fato referido no item anterior, a Comissão de Contratação poderá convocar as licitantes remanescentes observando a ordem de classificação.

10. HABILITAÇÃO - ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS

10.1. As licitantes cujas Propostas Técnica e de Preço tenham sido classificadas deverão entregar os Documentos de Habilitação no dia, hora e local estipulados pela Comissão.

10.1.1. A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os Documentos de Habilitação, na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 12.10.

10.2. Os **documentos de Habilitação** deverão estar acondicionados no **invólucro nº 05**, que deverá ser apresentado fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO – INVÓLUCRO Nº 05

Universidade Municipal de São Caetano do Sul - USCS

Concorrência Pública nº 01/2024

Empresa proponente (indicar a razão social da licitante)

CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

10.2.1. O invólucro **nº 05** será providenciado pela licitante e deverá ser adequado às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

10.2.2. Documentos de Habilitação deverão ser apresentados em uma única via, acondicionados em caderno único, ter todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante, a partir da primeira página interna, e deverão ser apresentados:

I – em original ou

II – sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial ou

III – em cópia autenticada por cartório competente ou

IV – em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão, no ato da abertura dos Documentos de Habilitação.

Atenção: Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão.

10.3. Os documentos referentes à **HABILITAÇÃO JURÍDICA** são:

I – cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante;

II – registro comercial, em caso de empresa individual;

III – ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor devidamente registrado, em se tratando de sociedade empresária e, no caso de sociedade por ações, acompanhado dos documentos de eleição de seus administradores:

a) Os documentos deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais da licitante, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta Concorrência;

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

10.4. Os documentos referentes à **REGULARIDADE FISCAL SOCIAL e TRABALHISTA** são:

I – prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ;

II – prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou à sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto da licitação;

III – Prova de regularidade para com a Fazenda Federal, compreendendo certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal – RFB e pela Procuradoria Geral da Fazenda Nacional – PGFN, referente a todos os tributos federais e a dívida ativa da União, por elas administrados, abrangendo inclusive as contribuições sociais previstas nas alíneas “a” a “d” do parágrafo único do artigo 11 da Lei nº 8.212 de 24 de julho de 1991;

IV – Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS, ou do documento denominado "Situação de Regularidade do Empregador", com prazo de validade em vigor na data marcada para o processamento da Concorrência Pública;

V – Prova de Inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação da Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas ou de Certidão Positiva de Débitos Trabalhistas com efeito de negativa, nos termos do artigo 642-A da Consolidação das Leis do Trabalho, com prazo de validade em vigor na data marcada para o processamento da Concorrência Pública;

VI – Prova de Regularidade para com a Fazenda Estadual, consistente na apresentação de certidão que comprove a regularidade fiscal (Certidão de Débitos Tributários **inscritos** e também de **não inscritos** na Dívida Ativa) junto ao Estado ou Distrito Federal, pertinente ao imposto relativo ao objeto licitado, ou ainda prova de sua isenção;

VII – Prova de regularidade para com a Fazenda Municipal da sede da empresa licitante, consistente na apresentação de certidão de regularidade de débitos municipais mobiliários.

VIII – Relativo ao cumprimento do disposto no art. 63, inc. IV da Lei 14.133/2021 - Declaração de que cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoas com deficiência e para reabilitados da Previdência Social previstas na Lei Federal 8.213/1991, nos termos do modelo constante do **Anexo VI** - "Declaração de Atendimento às Exigências de Reserva de Cargos".

IX – Deverá apresentar declaração de que sua proposta econômica compreende a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de entrega da proposta (**Anexo VII**).

10.4.1. Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as Fazendas Públicas ou com a Seguridade Social esteja com a exigibilidade suspensa;

10.4.2. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa;

10.4.3. Será considerada como válida pelo prazo de 180 (cento e oitenta) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

10.5. Os documentos referentes à **QUALIFICAÇÃO TÉCNICA** são:

I – certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei 12.232/2010, art. 4º e seu parágrafo primeiro, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), ou por outras entidades equivalentes;

II – declaração(ões) expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante presta(ou) ao declarante(s) serviço de publicidade cujas atividades sejam similares, pelo menos, às do objeto deste Edital, conforme **Anexo IV**.

10.6. A **QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA** será comprovada mediante apresentação:

I – de certidão Negativa de Falência expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, ou de execução patrimonial expedida no domicílio da pessoa física. Não constando do documento seu prazo de validade, será aceito documento emitido até 180 (cento e oitenta) dias imediatamente anteriores à data marcada para o processamento da Concorrência Pública, salvo o disposto na Súmula nº 50 do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo.

II – do Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis dos dois últimos exercícios sociais, vedada a substituição por balancetes ou balanços provisórios.

a) As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de 02 (dois) anos deverão apresentar o balanço de abertura ou intermediário ou o balanço e demonstrações contábeis referentes ao primeiro exercício social, conforme o caso;

b) Os balanços patrimoniais e demonstrações contábeis deverão ser apresentados de acordo com a legislação e normas contábeis que regem a matéria.

c) O patrimônio líquido poderá ser atualizado pelo IGPM-FGV quando o balanço estiver encerrado a mais de 3 (três) meses da data da licitação.

10.6.1. A licitante deverá comprovar que possui, na data do recebimento do invólucro nº 05:

I – Índice de Liquidez Corrente (LC) e Índice de Liquidez Geral (LG), ≥ 1 (um):

II – No caso de licitante que apresentar índice menor que 1,0 (um) no cálculo do LC e LG, deverá comprovar possuir patrimônio líquido igual ou superior a R\$ 950.000,00 (novecentos e

cinquenta mil reais), correspondente a (10%) do valor da verba publicitária fixada e do valor do contrato a ser firmado, conforme previsto no § 4º do artigo 69 da Lei 14.133/2021.

10.6.1.1. Para a comprovação do patrimônio líquido e índices contábeis, o cálculo sobre o balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social deverá ser realizado pela licitante e confirmado pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

10.6.1.2. Nos cálculos envolvendo moeda (R\$), caso sejam necessários arredondamentos, a segunda casa à direita da vírgula, correspondente aos centavos, será arredondada para cima, quando na ocorrência de uma terceira casa, esta for maior ou igual a 5 (cinco).

10.7. A licitante também deverá incluir no invólucro nº 05, declaração elaborada conforme modelo do **Anexo II**, afirmando:

I - conhecimento do instrumento convocatório;

II - atendimento ao artigo 68, inciso VI, da Lei Federal 14.133/2021;

III - inexistência de impedimento para a participação;

IV - elaboração independente de proposta;

V - concordância acerca das disposições contidas no instrumento convocatório e seus anexos;

VI - que observa as normas relativas à saúde e segurança no Trabalho, para os fins estabelecidos pelo parágrafo único do artigo 117 da Constituição do Estado de São Paulo.

10.7.1. A licitante deverá indicar em declaração constante do **Anexo V**, que atende plenamente as condições gerais de privacidade e proteção de dados pessoais no que concerne à realização dos serviços objeto desta contratação.

10.8. O CNPJ da licitante deverá ser o mesmo compreendido no cadastro junto à USCS e ou em todos os documentos de habilitação, não sendo permitido uso de documentos pela matriz, quando emitidos para a sua filial e vice-versa.

10.9. Excetuam-se da restrição a que se refere o subitem 10.8., documentos que, pela própria natureza, forem comprovadamente emitidos somente em nome da matriz ou da filial.

10.9. Não serão aceitos “protocolos de entrega” ou “solicitação de documentos” expedidos por quaisquer órgãos, em substituição aos documentos exigidos neste Edital.

10.10. A licitante que se alegar desobrigada de apresentar qualquer dos documentos de habilitação deverá inserir no invólucro nº 05, declaração ou certificado expedido por órgão competente ou legislação em vigor que comprovem essa condição.

10.11. A verificação pela Comissão de Contratação nos sites oficiais das entidades emissoras de certidões constitui meio legal de prova.

10.12. Serão consideradas habilitadas as licitantes classificadas que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital.

11. SUBCOMISSÃO TÉCNICA

11.1. Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão de Contratação da Universidade Municipal de São Caetano do Sul, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas, que serão regidas na forma do artigo 10 da Lei 12.232/2010.

11.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 03 (três) membros formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

11.2.1. Um dos membros da Subcomissão Técnica não terá vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Universidade USCS.

11.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica ocorrerá por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 09 (nove) integrantes, previamente cadastrados pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul - USCS.

11.3.1. A relação de nomes será publicada no Diário Oficial do Município, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

11.3.2. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação de nomes, mediante a apresentação de justificativa à Comissão.

11.3.2.1. 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.

11.3.2.2. 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 neste item 11.

11.3.3. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 11.3.

11.3.4. Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

11.3.5. A sessão pública para o sorteio será realizada em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 11.3.1. e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

11.3.5.1. O sorteio, processado pela Comissão, será realizado em duas etapas:

I – 01 (um) membro que não possua vínculo com a Universidade USCS;

II – 02 (dois) membros que possuem vínculo com a Universidade USCS.

11.3.6. Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá a Subcomissão Técnica, quando solicitado pela Comissão de Contratação, manifestar-se sobre eventuais recursos de licitantes relativos ao julgamento das Propostas Técnicas.

12. SESSÃO DE LICITAÇÃO

12.1. A reunião de licitação será realizada em **02 reuniões públicas**, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação.

12.1.1. Todos os fatos relevantes, pertinentes ao objeto da Licitação, ocorridos durante a reunião de licitação serão registrados em ata circunstanciada.

12.2. A participação de representante de qualquer licitante ocorrerá mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 5.3.

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

12.4. Aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes poderão ser relevados pela Comissão, se constantes dos documentos submetidos à análise e julgamento da Subcomissão Técnica, por esta subcomissão, desde que não firam o entendimento da proposta e o ato não acarrete violação aos princípios básicos da licitação.

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

12.6. A Comissão poderá alterar as datas ou as pautas das reuniões da sessão pública, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

12.7. Os invólucros lacrados das licitantes desclassificadas que não puderem ser devolvidos nas reuniões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados da homologação desta Concorrência, prazo após o qual serão destruídos.

PRIMEIRA REUNIÃO

12.8. A abertura da primeira reunião da sessão pública de licitação será realizada no dia, hora e local previsto no preâmbulo deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

I – identificação dos representantes das licitantes, por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.3;

II – apresentação à Comissão dos invólucros de números 01, 02, 03 e 04.

III – exame da conformidade dos invólucros com as disposições deste Edital;

IV – rubrica no fecho dos invólucros números 02, e 04 e subsequente acondicionamento destes invólucros em receptáculo específico com rubrica no seu respectivo fecho pela Comissão e representantes das licitantes;

V – abertura dos invólucros números 01 e 03, exame e rubrica de seus respectivos conteúdos pela Comissão e representantes das licitantes presentes.

12.8.1. Após o encerramento do prazo para recebimento dos invólucros, o qual será declarado pela Comissão na sessão pública, nenhum outro invólucro, documento ou embalagem será recebido.

12.8.2. O **invólucro nº 01**, com a via **não** identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão se:

I – não apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite sua identificação ou a identificação da licitante antes da abertura do invólucro nº 02:

II – não estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

12.8.2.1. O não recebimento do invólucro nº 01 implica o não recebimento dos demais invólucros da licitante e seu conseqüente impedimento de participar da Concorrência.

12.8.3. A Comissão, antes da abertura dos invólucros nº 01, adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

12.8.4. A Comissão não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros nº 01 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

12.8.5. Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos invólucros números 01 e 03, for constatada ocorrência que possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recurso.

12.8.6. Os invólucros números 02 e 04 permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão.

12.8.7. Abertos os invólucros números 01 e 03, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão.

12.8.8. A análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos invólucros de números 01 e 03 observarão os seguintes procedimentos:

I – encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos invólucros nº 01, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;

II – análise individualizada e julgamento, pela subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária.

III – elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilhas com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso:

IV – encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos invólucros nº 03, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

V – análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de atendimento, do Repertório e dos relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

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

12.8.9. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com fundamento no subitem 9.4., I a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recurso.

12.8.9.1. O disposto no subitem 12.8.9 não se aplica aos casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura dos invólucros nº 02

12.8.10. As planilhas previstas nos incisos III e VI do subitem 12.8.8. conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária apresentado pelas licitantes e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

SEGUNDA REUNIÃO

12.9. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (invólucros números 01 e 03), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão convocará as licitantes para participar da segunda reunião da sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

I – identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença;

II – abertura do receptáculo contendo os invólucros números 02 e 04;

III – abertura, exame e rubrica do conteúdo dos invólucros nº 02, rubrica no fecho dos invólucros número 05;

IV – cotejo das vias não identificadas (invólucro nº 01) com as vias identificadas (invólucro nº 02) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;

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

VI – proclamação do resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;

VII – adoção dos procedimentos previstos no subitem 9.6, em caso de empate, após a decisão final, inclusive das Propostas de Preço;

VIII – abertura do invólucro nº 04 exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e representantes das licitantes presentes;

IX – julgamento das Propostas de Preço com a identificação das Propostas de menores preços e divulgação do resultado aos representantes das licitantes presentes;

X – declaração da vencedora no julgamento final das Propostas, quais sejam, a licitante mais bem classificada na média ponderada, de acordo com os respectivos pesos, na Proposta Técnica e na Proposta de Preços, com a indicação da ordem de classificação;

XI – Recebimento e rubrica no fecho dos invólucros nº 05

XII – Abertura do invólucro contendo os documentos de habilitação (invólucro nº 05) da licitante vencedora no julgamento final das propostas (técnica e preço), exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e pelos representantes das licitantes presentes;

XIII – informação de que o resultado do julgamento das propostas técnicas, de preço, bem como o resultado da habilitação será registrado em ata circunstanciada e divulgados na forma da lei, com a indicação do proponente habilitado e inabilitados, se houver;

12.10. Na hipótese de todas as propostas de preço serem desclassificadas ou de todas as licitantes serem inabilitadas, a Comissão poderá fixar as licitantes o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de nova documento ou de outras propostas escoimadas das causas que tenham determinado, respectivamente, a desclassificação ou a inabilitação.

12.10.1. A nova documentação deve ser apresentada na forma prevista neste Edital, e entregue em sessão pública.

12.11. Decididos os recursos e constatada a regularidade dos atos praticados, a autoridade competente, observado o subitem 13.1., homologará e adjudicará o objeto do certame à licitante vencedora.

13. RECURSO ADMINISTRATIVO

13.1. Dos atos decisórios ou que resultem aplicação de penalidade cabe recurso, interposto na forma impressa, no prazo de 03 (três) dias úteis, a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata.

13.1.1. Quando o recurso se der em virtude do disposto aportado nas alíneas “b” e “c” do inciso I do caput do artigo 165 da Lei 14.133/2021, a intenção de recorrer deverá ser manifestada imediatamente, ao final da segunda reunião da sessão pública, com registro em ata da síntese de seus fundamentos, sob pena de preclusão.

13.1.2. A intimação dos atos decisórios será feita mediante publicação no Diário Oficial Eletrônico, salvo para as decisões sobre o recebimento e julgamento das propostas e sobre a habilitação ou inabilitação de licitantes, se presentes os prepostos das licitantes no ato em que foi adotada a decisão, quando poderá ser feita por comunicação direta aos interessados e lavrada em ata.

13.1.3. A intimação da aplicação da penalidade será realizada por notificação direta à licitante.

13.2. O recurso contra o julgamento das propostas, ato de habilitação ou inabilitação de licitantes terá efeito suspensivo, e o seu acolhimento importará a invalidação apenas dos atos insuscetíveis de aproveitamento.

13.2.1. A Comissão poderá, motivadamente, atribuir efeito suspensivo ao recurso contra os demais atos.

13.3. Os recursos interpostos serão comunicados às partes interessadas, que poderão apresentar contrarrazões no prazo de 03 (três) dias úteis a partir do término do prazo do recorrente, sendo-lhes assegurada vistas dos elementos indispensáveis à defesa dos seus interesses.

13.4. O recurso de que trata o inciso I do caput do artigo 165 da Lei 14.133/2021, será dirigido à autoridade que tiver editado o ato ou proferido a decisão recorrida, que se não reconsiderar o ato ou a decisão no prazo de 3 (três) dias úteis, encaminhará o recurso com a sua motivação à autoridade superior, a qual deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contado do recebimento dos autos.

13.5. Os recursos interpostos fora do prazo legal e/ou subscritos por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo para responder pela licitante não serão conhecidos.

Atenção: O uso de recursos ou meios meramente protelatórios para tentar impedir o curso normal do processo licitatório é crime tipificado no capítulo II-B, artigo 337-I da Lei 14.133/2021, sujeitando a licitante às sanções legais e administrativas aplicáveis.

14. PENALIDADES

14.1. Ensejará a aplicação de multa no percentual de 2% (dois por cento) sobre a estimativa de despesas previstas no subitem 16.1, sem prejuízo da aplicação de outras penalidades previstas na Lei 14.133/2021, a licitante que, convocada dentro do prazo de validade de sua proposta:

I – recusar-se, injustificadamente, a assinar o contrato;

II – não atender as condições previstas no subitem 15.2, inviabilizando a contratação.

14.1.1. A multa deverá ser recolhida na USCS no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação, sob pena de execução judicial.

14.1.2. O disposto no subitem 14.1 não se aplica às licitantes remanescentes convocadas na forma do subitem 15.3.1.

14.2. Ensejará a aplicação de suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a USCS, pelo período de até 3 (três) anos:

I – recusa, injustificada, de assinar o Termo de Contrato.

II – não manutenção das condições de habilitação;

III – prática de atos ilícitos, visando a frustrar os objetivos da licitação;

IV – condenação definitiva pela prática dolosa de fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;

V – prática de atos ilícitos, demonstrando não possuir idoneidade para contratar com a Administração.

VI - Se a licitante Contratada der causa à rescisão unilateral do do contrato decorrente desta licitação, por descumprimento de suas obrigações.

14.2.1. A penalidade de suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar poderá ser aplicada sem prejuízo da aplicação da multa prevista no subitem 14.1.

14.3. Poderá ainda ser aplicada a penalidade de Declaração de Inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública, na forma do Inciso IV do artigo 156 da Lei 14.133/2021, admitida a reabilitação do licitante nos termos do artigo 163 da mesma Lei.

14.4. Não serão aplicadas penalidades na ocorrência de casos fortuitos, força maior.

15. CONTRATAÇÃO

15.1. A contratação será formalizada mediante assinatura do contrato, para cuja assinatura a licitante adjudicatária terá o prazo de 10 (dez) dias úteis contados a partir do recebimento da respectiva convocação da USCS.

15.2. Como condição para a assinatura do contrato, sem prejuízo das demais disposições previstas neste Instrumento, a licitante adjudicatária deverá apresentar:

I – documentação exigida na habilitação, porventura vencida após a reunião de licitação, devidamente atualizada;

15.3. A recusa em assinar o contrato ou o não atendimento das condições previstas no subitem 15.2., implica a decadência do direito à contratação, sem prejuízo da aplicação de penalidades previstas no item 14.

15.3.1. A decadência do direito à contratação autoriza a USCS a, independentemente de qualquer aviso ou notificação, revogar a licitação, ou convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para, atendendo ao subitem 15.2., assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da licitante que deixou de assinar o contrato.

15.3.2. Não se aplicam às licitantes remanescentes as penalidades previstas no subitem 15.3.

15.4. Integrará o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pela licitante adjudicatária que tenham servido de base para o julgamento desta Concorrência.

15.5. Em conformidade com a Instrução Normativa nº 02, de 26 de janeiro de 2023, os termos (ou instrumentos) de contratos, aditivos, rescisões, apostilamentos e notas de empenho correspondentes a contratações públicas decorrentes de processo de licitação serão assinados preferencialmente por meio de assinatura eletrônica com certificado digital no âmbito da Infraestrutura de Chaves Públicas – ICP Brasil.

15.6. Antes da formalização do contrato e/ou prorrogação, a administração deverá verificar além da regularidade fiscal e trabalhista do contratado, consultar o Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS) e o Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP), emitir as certidões negativas de inidoneidade e de impedimento e juntá-las ao respectivo processo.

15.5. O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses consecutivos e ininterruptos, contados a partir da celebração do instrumento contratual, podendo ser prorrogado por igual período, de comum acordo, desde que devidamente justificado e manifestado com antecedência mínima de 60 (sessenta) dias antes do seu término, estendendo-se até o limite máximo de 120 meses, nos termos do artigo 107, da Lei Federal 14.133/2021.

15.6. A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos das cláusulas sétima e oitava do **Anexo XII** – Minuta do Contrato, consoante os preços estabelecidos em sua proposta de preço.

15.6.1. A forma e as condições de pagamento são as constantes da minuta do contrato.

15.8. Em face das necessidades da USCS frente às novas tendências do mercado publicitário, a agência ficará à disposição do setor de comunicação na medida em que a proximidade pode ser adequadamente obtida com os recursos digitais disponíveis que apoiam o atendimento e o relacionamento, sem gerar prejuízos aos serviços prestados, contudo a proponente vencedora deverá ter 01 (um) profissional para o setor de atendimento exclusivo na instituição.

16. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

16.1. A soma das despesas com o contrato resultante desta Concorrência Pública está estimada em R\$ 9.500.000,00 (nove milhões e quinhentos mil reais) pelos primeiros 12 (doze) meses e será executada de acordo com o previsto nos subitens 1.1 e 1.2.

16.1.1. As despesas decorrentes da contratação, objeto desta licitação, correrão por conta dos recursos consignados na conta orçamentária 12.364.1500.2.133.3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica.

16.2. A USCS se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

17. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

17.1. Executar os serviços diretamente, com seus próprios recursos, operando como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

17.2. Os serviços deverão ser executados por meio dos profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na Proposta Técnica apresentada, admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior mediante comunicação prévia à USCS.

17.3. Executar todos os serviços de acordo com os prazos e as demais especificações estipuladas pela USCS

17.4. A Contratada poderá intermediar a contratação de veículos de divulgação e, quando necessários à execução das atividades complementares (fornecedores de serviços especializados).

17.5. A contratação de veículos de divulgação e de fornecedores de serviços especializados deverá ser submetida à prévia e expressa autorização ds USCS e implica a atuação da Contratada por conta e ordem da Universidade.

17.6. A USCS deverá ser previamente identificada na contratação de veículos de divulgação.

17.7. Efetivar as operações de pagamento referentes aos serviços prestados por veículos ou fornecedores de serviços especializados, operação que deverá ser realizada em até 5 (cinco) dias úteis do recebimento do pagamento realizado pela USCS.

17.8. Contratar, administrar, executar e fiscalizar os contratos firmados com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação – inclusive quando decorrentes de cotações realizadas pela USCS, respondendo pelos efeitos destes acordos, incluídos os danos e os prejuízos, diretos ou indiretos, decorrentes de sua culpa.

17.9. As alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços contratados deverão ser tempestiva e formalmente comunicados a USCS, devendo a Contratada adotar providências imediatas para solucionar a pendência.

17.10. A culpa do fornecedor de serviços especializados, do veículo de distribuição ou da Agência, que repercute na plena execução dos serviços contratados implica a revisão das obrigações e dos pagamentos dos contratos por esta firmados, na medida das consequências do ato nos serviços acordados.

17.11. Orientar a produção, a impressão e a distribuição das peças gráficas conforme aprovação da USCS e atestar a conformidade deste material com as especificações contidas no documento de autorização da ação.

17.12. Pertencem a Universidade USCS, devendo-lhes ser transferidas, as vantagens obtidas em negociação com fornecedores de serviços especializados e com veículos de divulgação realizada diretamente ou por intermédio da Contratada, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo,excluídos os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à Contratada, nos termos do art. 18 da Lei 12.232/2010.

17.13. A Contratada não poderá sobrepor os planos de incentivo aos interesses da USCS,

preferindo 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.

17.14. Nos casos de reutilizações de peças publicitárias da USCS, a Contratada deverá negociar sempre as melhores condições de preço.

17.15. Observar as seguintes condições para o fornecimento de serviços especializados a USCS, com exceção à compra de mídia:

17.15.1 Fazer cotações prévias de preços para os serviços a serem prestados por fornecedores, com exceção à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado;

17.15.2 Apresentar no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados no Município de São Caetano do Sul ou eventual sistema que venha a substituir tal cadastro, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, com exceção à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado;

17.15.3 A impossibilidade de obter as 3 (três) cotações deverá ser previamente justificada a USCS, por escrito, para decisão sobre a contratação;

17.16 Exigir do fornecedor que a cotação seja em papel timbrado e que:

17.16.1 Contenha a identificação do fornecedor (com, pelo menos, nome completo, CNPJ ou CPF, endereço e telefone) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

17.16.2 Detalhe dos produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, suas especificações;

17.16.3 Seja apresentada juntamente com os comprovantes de que o fornecedor está inscrito e em atividade no 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.

17.17 Quando o fornecimento de serviços tiver valor superior a 0,5% (meio por cento) do valor global deste Contrato, a Contratada coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da USCS.

17.18 A USCS procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado, sendo que:

17.18.1 Se e quando julgar conveniente, a USCS poderá realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

17.19 Encaminhar em arquivo digital, após a aprovação do serviço pela USCS e sem ônus para esta, cópias de peças produzidas (tv e cinema, internet, rádio, mídia impressa e materiais publicitários – sendo essas últimas uma cópia aberta e uma cópia fechada), desde que não seja para uso em veiculação de mídia paga.

17.20 Os arquivos contendo as cópias das peças produzidas deverão ser apresentados nos formatos definidos pela USCS.

17.21 Disponibilizar à USCS informações que forem solicitadas a respeito da mídia utilizada.

17.22 Entregar à USCS cópia dos comprovantes de pagamentos feitos a fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento realizado pela USCS.

17.23 Entregar a USCS, em meio eletrônico e em meio impresso, até o dia 10 de cada mês, um relatório total (mês a mês) de despesas com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação com o respectivo acompanhamento de seus pagamentos.

17.24 Elaborar, sempre que solicitado pela USCS, estudo de práticas e investimentos em mídia que vêm sendo empregadas.

17.25 Prestar esclarecimentos a USCS sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a Contratada, independentemente de solicitação.

17.26 Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto licitado, 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.

17.27 A Contratada é responsável por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

17.28 Sempre que solicitado pela USCS, a Contratada deverá apresentar a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

17.29 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.

17.30 Obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento dos serviços.

17.31 A Contratada também responderá por qualquer ação judicial que tenha por fundamento a legislação trabalhista ou de proteção aos direitos autorais ou à propriedade intelectual, devendo adotar providências no sentido de preservar a USCS e de mantê-lo excluído da lide, assim como de reivindicações, demandas, queixas ou representações referentes a tais assuntos.

17.32 Havendo condenação contra a USCS, a Contratada lhe reembolsará a importância que tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento, sem prejuízo da apuração das demais responsabilidades cíveis, penais e administrativas envolvidas.

17.33 Manter acervo probatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 5 (cinco) anos após a extinção do contrato.

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

17.35 A Contratada não poderá contratar fornecedores para execução dos serviços de planejamento, criação, concepção e supervisão dos serviços de produção.

18. GARANTIA

18.1 A garantia abrange os materiais gráficos e impressos produzidos para as campanhas publicitárias que não estejam de acordo com o pedido efetuado pela USCS no que diz respeito ao tamanho, tipo de material utilizado e demais especificações técnicas.

18.2 Uma vez notificado, o contratado deverá fazer a substituição desses materiais que apresentarem defeito, no prazo de até 5 (cinco) dias úteis, contados a partir da data da verificação do defeito. No caso de não haver a substituição do material, a USCS fica desobrigado de arcar com os custos dos materiais com defeito constatado

19. DISPOSIÇÕES FINAIS

19.1. A licitante é responsável pela fidelidade e legitimidade das informações prestadas e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação, de modo que a falsidade de qualquer documento apresentado ou a inverdade das informações nele contidas implicará a imediata desclassificação da licitante que o tiver apresentado.

19.2. É facultada à Comissão ou à autoridade superior efetuar, em qualquer fase da licitação, consultas ou promover diligências com vistas a esclarecer ou complementar a instrução do processo.

19.3. As situações não previstas neste Edital, inclusive as decorrentes de caso fortuito ou de força maior, serão resolvidas pela Comissão ou pela autoridade competente.

19.4. Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento.

19.4.1. Os prazos estabelecidos neste Edital só se iniciam e vencem em dias de expediente da USCS.

19.5. Este Edital e seus anexos, bem como a Proposta vencedora, farão parte integrante do contrato, como se nele estivessem transcritos.

19.6. O conteúdo deste Edital e de seus anexos, bem como outros documentos que forem emitidos pela USCS e fornecidos às licitantes, são complementares entre si, devendo ser interpretados conforme os princípios que regem as licitações públicas.

19.7. Até a assinatura do contrato, a licitante adjudicatária poderá ser desclassificada ou inabilitada se a USCS tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

19.8. Se, durante a execução do contrato, o instrumento firmado com a contratada for rescindido, a USCS poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação verificada nesta Concorrência, para dar continuidade à execução do objeto, desde que aceitem as mesmas condições oferecidas pela contratada e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiverem sujeitas as signatárias dos contratos.

19.9. 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.

19.10. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, a USCS comunicará os fatos verificados ao Ministério Público do Estado, para as providências devidas.

19.11. A participação na presente licitação implica em ciência quanto à obrigação de assinar, juntamente com Contrato o "Termo de Ciência e Notificação" (de acordo com o anexo LC-01, da instrução do TCESP 001/2020), e que o descumprimento poderá gerar penalizações.

19.12. 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.

19.12.1. A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no artigo 149 da Lei 14.133/2021.

19.13. É competente o Foro da comarca de São Caetano do Sul para dirimir quaisquer dúvidas oriundas da presente licitação, por mais privilegiado que outro seja.

20. Integram este Edital os anexos abaixo relacionados:

Anexo I – Modelo de Carta de Credenciamento

Anexo II – Modelo de Declaração

Anexo III – Modelo de Proposta de Preço

Anexo IV – Declaração de Capacidade Técnica

Anexo V – Declaração de Condições Gerais de Privacidade e Proteção de Dados de Pessoas

Anexo VI – Declaração de que cumpre os requisitos de Reserva de Cargos para Pessoas Portadoras de Deficiência e Reabilitados da Previdência Social

Anexo VII – Declaração de que a Proposta Econômica contempla os custos trabalhistas

Anexo VIII – Briefing

Anexo IX – Termo de Referência

Anexo X – Mapa de Risco

Anexo XI – Estudo Técnico Preliminar

Anexo XII – Minuta de Contrato e Termo de Confidencialidade e Responsabilidade de Proteção de Dados

Anexo XIII – Termo de Ciência e Notificação – LC 01

Anexo XIV – Declaração de Documentos à Disposição do TCESP – LC 02

Anexo XV – Minuta de edital de Chamamento Público e seus anexos para formação da Subcomissão Técnica

São Caetano do Sul, 19 de junho de 2024.

Prof. Ms. Orlando Antônio Bonfatti
Pró-Reitor Administrativo e Financeiro

ANEXO I
MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO

Processo de Compras nº 343/2024
Concorrência Pública nº 01/2024

Por meio da presente carta, credenciamos o(a) senhor(a) _____, portador(a) da Cédula de Identidade nº _____ e CPF nº _____ a participar da Licitação instaurada pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul - USCS, na modalidade de Concorrência Pública ___/2024, na qualidade de Representante Legal, outorgando-lhe poderes para pronunciar-se em nome da Empresa _____, CNPJ _____, bem como retirar editais, apresentar Propostas e Documentos de Habilitação, participar de sessões públicas de abertura dessas Propostas e Documentos, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar preços e praticar todos os demais atos inerentes ao certame.

_____, _____ de _____ de 2024.
Local e data

Outorgante

Identificação do Cargo/Função do Firmatário.
assinatura do Representante Legal da empresa
Carimbo/CNPJ

Observações: se particular, a procuração será elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada; será necessário comprovar os poderes do outorgante para fazer a delegação acima.



ANEXO II
MODELO DE DECLARAÇÃO

Processo de Compras nº 343/2024
Concorrência Pública nº 01/2024

A Empresa _____ inscrita no CNPJ nº _____ por intermédio de seu representante o(a) senhor(a) _____, portador(a) da Carteira de Identidade nº _____ e do CPF _____, Declara sob as penas da Lei:

1) Conhecimento do instrumento convocatório; ter recebido o **invólucro nº 01**, assim como todos os documentos e informações necessários à participação na Concorrência, conhecendo e acatando as condições para o cumprimento das obrigações objeto da licitação;

2) Cumprimento do disposto no inciso XXXIII do artigo 7º da Constituição Federal

3) Inexistência de impedimentos para a participação:

Que não incorre em nenhum dos casos relacionados no **item 2.2.** deste Edital.

4) Elaboração independente de Proposta:

a) Que a proposta apresentada foi elaborada de maneira independente;

b) Que a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência Pública não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato desta Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

c) Que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;

d) Que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência antes da adjudicação do objeto da referida licitação;

e) Que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante da Universidade Municipal de São Caetano do Sul - USCS antes da abertura oficial das propostas;

5) Declaro que aceito todas as disposições contidas no instrumento convocatório dessa Concorrência Pública e seus Anexos;

6) Declara que observa as normas relativas à saúde e segurança no Trabalho, para os fins estabelecidos pelo parágrafo único do artigo 117 da Constituição do Estado de São Paulo.

_____, _____ de _____ de 2024.
Local e data

Identificação do Cargo/Função.
assinatura do Representante Legal da empresa
Carimbo/CNPJ



ANEXO III
MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO

Processo de Compras nº 343/2024
Concorrência Pública nº 01/2024

Razão social da proponente: _____

CNPJ nº _____

Endereço, telefone e e-mail: _____

Validade da proposta: ____ (_____) dias (mínimo 60 dias), a partir da data de sua apresentação.

1) Declaramos que, na vigência do contrato decorrente da Concorrência nº ____/2024, promovida pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, serão cobrados os seguintes honorários:

a) Honorários de _____% (_____) sobre os custos (i) à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim como (ii) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

b) Em decorrência dos trabalhos de criação e produção interna, será aplicada a Tabela Referencial de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, vigente quando da prestação dos serviços correspondentes, com aplicação de desconto de _____% (____ por cento);

O preço proposto contempla todos os custos e despesas necessários à plena execução do serviço, tais como de pessoal e de administração e todos os encargos (obrigações sociais, trabalhistas impostos, taxas) incidentes sobre os serviços objeto desta licitação, nada mais sendo lícito pleitear à Universidade Municipal de São Caetano do Sul a esse título.

2) Declaramo-nos cientes de que a Universidade USCS procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

3) A Contratada repassará à Contratante o valor correspondente ao percentual de desconto do valor da mídia efetivamente contratada sobre o valor acertado para cada veiculação, correspondente ao repasse parcial dos honorários de veiculação, pagos pelos Veículos de Comunicação à agência de publicidade, na base correspondente ao repasse definido de 20% sobre o valor da mídia efetivamente negociada, sendo que o Veículo emitirá sua fatura contra a USCS correspondente à chamada "parte líquida", correspondente a 80% do valor da mídia, e a agência emitirá sua nota fiscal correspondente a _____% (____ por cento), já deduzido o repasse de _____% (____ por cento) sobre o desconto de agência, contra a USCS.

4) Na condição de proponente, declara-se conhecer e aceitar as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na **Cláusula Nona** da minuta do instrumento contratual.

_____, ____ de agosto de 2024.

Local e data

Identificação do Cargo/Função.
assinatura do Representante Legal da empresa
Carimbo/CNPJ

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

ANEXO IV
MODELO DE CAPACIDADE TÉCNICA

Processo de Compras nº 343/2024
Concorrência Pública nº 01/2024

Declaramos para os devidos fins que a empresa _____, CNPJ _____, estabelecida à (endereço da licitante), fornece(u) executa(ou) para (nome e CNPJ da empresa emitente), estabelecida à (endereço da empresa emitente da declaração), no período de ____/____/____ a ____/____/____ os serviços abaixo especificados, de forma adequada, atingindo plenamente os objetivos estabelecidos:

Descrição dos Serviços: (como tal definidos no artigo 2º, parágrafo 1º, incisos I e II, a Lei 12.232/2010).

_____, ____ de _____ de 2024.
Local e data

Identificação do Cargo/Função.
assinatura do Representante Legal da empresa emitente
Carimbo/CNPJ

Atenção: não serão aceitas declarações emitidas para agências de propaganda ou para suas respectivas filiais, que não sejam aquelas que efetivamente tenham assinado o contrato com a emitente.

ANEXO V
DECLARAÇÃO DE CONDIÇÕES GERAIS DE PRIVACIDADE E PROTEÇÃO DE DADOS
PESSOAIS

(Preferencialmente em papel timbrado da licitante)

Concorrência Pública nº 01/2024
Processo de Compras nº 343/2024

A Licitante declara estar de ciência e de acordo com os termos estabelecidos neste Edital, bem como:

1. Que atende aos padrões tecnológicos para sistemas, aplicações, arquivos de dados e outras ferramentas, garantindo que adota e implementa todas as medidas organizacionais e técnicas de segurança exigidas pela Lei Geral de Proteção de Dados - Lei n 13.709, de 14 de agosto de 2018 e suas alterações, bem como manterá durante o prazo do Contrato, as medidas para proteção dos Dados Pessoais contra destruição indevida, compartilhamento irregular ou não autorizado, perda acidental, alteração, acesso ou divulgação irregulares e/ou qualquer forma de Tratamento inadequado ou ilícito dos Dados Pessoais que lhe forem compartilhados.
2. Que as medidas de segurança e proteção dos Dados Pessoais serão pelo menos iguais ou superiores a cumulativamente a qualquer regulamentação definida pela ANPD ou outro órgão governamental competente, bem como aos padrões do ramo da USCS.
3. Que se encontra plenamente capaz de cumprir com os termos e condições do presente Edital, conforme declarado no Anexo III – Proposta de Preço e que, na eventualidade de uma relevante alteração das normas aplicáveis às atividades de Tratamento de Dados Pessoais que tenha potencial de modificar sua conformidade legal e contratual notificará a USCS.

_____, _____ de agosto de 2024.
(Local) (data)

Identificação do Cargo/Função.
assinatura do Representante Legal da empresa
Carimbo/CNPJ

ANEXO VI
DECLARAÇÃO DE CUMPRIMENTO À EXIGÊNCIA DE RESERVA DE CARGOS
(Preferencialmente em papel timbrado da licitante)

Concorrência Pública nº 01/2024
Processo de Compras nº 343/2024

Em cumprimento as determinações contidas no inciso IV do artigo 63 da Lei Federal 14.133/2021, a proponente licitante _____ (razão social), por seu representante legal, interessada em participar da Concorrência Pública nº 01/2024, da Reitoria da Universidade Municipal de São Caetano do Sul - USCS, declara, sob as penas da lei, que cumpre os requisitos legais pertinentes à habilitação social no que concerne à reserva legal de cargos para pessoas portadores de deficiência e para reabilitados da Previdência Social previstas na Lei Federal 8.213/1991.

_____, ____ de agosto de 2024.
(Local) (data)

Identificação do Cargo/Função.
assinatura do Representante Legal da empresa
Carimbo/CNPJ

ANEXO VII
DECLARAÇÃO DE QUE SUA PROPOSTA ECONÔMICA CONSIDERA OS CUSTOS TRABALHISTAS

(Preferencialmente em papel timbrado da licitante)

Concorrência Pública nº 01/2024
Processo de Compras nº 343/2024

A _____ (razão social), por seu representante legal, interessada em participar da Concorrência Pública nº 01/2024, da Reitoria da Universidade Municipal de São Caetano do Sul - USCS, declara, sob as penas da lei, que sua proposta econômica compreende a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal de 1988, nas Leis Trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de entrega da proposta comercial, consoante participação no processo licitatório em referência.

_____, _____ de agosto de 2024.
(Local) (data)

Identificação do Cargo/Função.
assinatura do Representante Legal da empresa
Carimbo/CNPJ

ANEXO VIII BRIEFING

Informações Gerais

A Universidade Municipal de São Caetano do Sul é uma autarquia que tem por finalidade o ensino de graduação e pós-graduação, pesquisas, extensão e prestação de serviços à comunidade.

A história da Universidade começa no dia 1º de agosto de 1968, data que marca o início das aulas regulares na então Faculdade Municipal de Ciências Econômicas, Políticas e Sociais. Em 1970, a entidade passa a se denominar Instituto Municipal de Ensino Superior de São Caetano do Sul (IMES). Em 2000, ao atingir o status de Centro Universitário, a entidade passa a contar em sua estrutura administrativa com uma entidade mantenedora (o Instituto Municipal de Ensino Superior de São Caetano do Sul) e a entidade mantida (o Centro Universitário de São Caetano do Sul).

Em 2004, a instituição ascende à condição de Universidade. Três anos depois, em 2007, por força de lei, deixa de existir o Instituto Municipal de Ensino Superior de São Caetano do Sul, razão de ser da sigla IMES, consolidando, em sua autonomia plena, a Universidade Municipal de São Caetano do Sul, que, em junho de 2008, apresentou sua nova sigla: USCS.

Em 2019, com o início das atividades do Colégio Universitário USCS, a instituição passa a atuar, também, no Ensino Médio.

Essa trajetória de mais de 55 anos é marcada por uma filosofia de trabalho, que valoriza a tradição, a qualidade e a empregabilidade dos seus estudantes e, também, um compromisso com o estudo da regionalidade e inovação.

No início de 2020, a Instituição finalizou um processo de planejamento estratégico que permitiu a comunidade acadêmica da USCS discutir sobre as alternativas e decisões direcionadas a garantir a permanência e o desenvolvimento futuro da Universidade, como uma instituição de ensino superior de qualidade num contexto de mudanças aceleradas nos âmbitos sociais e culturais; econômicos; científicos e tecnológicos; ambientais; territoriais e regionais, e políticos e institucionais.

O Plano Estratégico de Desenvolvimento – “PED USCS 2030” é um instrumento de reflexão e deliberação da comunidade acadêmica sobre as decisões e alternativas de crescimento e desenvolvimento da Universidade como uma instituição de ensino superior voltada à geração, aplicação e disseminação de conhecimento nos âmbitos da ciência, da tecnologia, das artes, das humanidades e da cultura em geral.

A formulação e implantação do PED teve como pressuposto central a condição da USCS como uma universidade municipal, autônoma e voltada para o bem-estar geral, que assume o compromisso de promover o desenvolvimento humano e sustentável de São Caetano do Sul, da Região do Grande ABC e outras regiões que a Instituição vier a instalar-se.

Perfil Institucional

Missão

Produzir e disseminar conhecimento em todas suas manifestações, buscando o desenvolvimento humano e sustentável e a formação integral ao longo da vida nos âmbitos regional, nacional e internacional.

Visão de Futuro

Ser uma instituição de educação do Século XXI, global e em rede, voltada para a formação humanizada, integral e continuada ao longo da vida, que promove um ambiente de criatividade, inovação, empreendedorismo, integração e inclusão no âmbito nacional e internacional por meio do ensino, da pesquisa e da extensão, com vocação local e regional.

Valores

A USCS afirma seu compromisso com:

A qualidade e a pertinência com a realidade social, política e econômica;

A formação humana nas suas dimensões ética, cultural, científica, artística, técnica e profissional;

A liberdade, pluralidade e pensamento crítico;

O serviço público e o desenvolvimento humano e sustentável;

A transparência e a eficiência institucional;

A diversidade, com os direitos humanos e a promoção da cidadania; A inovação e espírito empreendedor.

EVOLUÇÃO

Há mais de 55 anos, ainda com o instituto isolado, a instituição iniciava suas atividades oferecendo apenas dois cursos: "Ciências Econômicas" e "Ciências Políticas e Sociais". A instituição era formada, então, por apenas 10 professores e 3 funcionários. Nos anos seguintes, a instituição foi, paulatinamente, criando as condições para uma trajetória de crescimento que se acentuou, sobretudo, a partir dos anos 1990. No ano 2000, com a ascensão à condição de Centro Universitário, e, anos mais tarde, ao atingir o status de Universidade, a USCS assume um novo patamar, no que diz respeito à sua atuação e responsabilidades.

Atualmente a USCS conta com 07 Unidades: Campus Barcelona, Campus Centro, Campus Centro II, Campos Conceição e Campus Manoel Coelho, em São Caetano do Sul; Campus São Paulo/Bela Vista, na Capital; e Campus Itapetininga, no interior.

Em números do início de 2024 somos quase 13.000 estudantes; 841 professores e 248 servidores técnicos e administrativos.

A Universidade Municipal de São Caetano do Sul oferece, atualmente, o seguinte conjunto de cursos:

GRADUAÇÃO

Os cursos estão integrados em Escolas, com módulos interdisciplinares, permitindo maior sinergia e contribuindo no processo de escolha da carreira.

Escola da indústria Criativa

Arquitetura e Urbanismo

Design de Interiores

Design Gráfico

Jogos Digitais

Jornalismo

Publicidade e Propaganda

Produção Cultural

Produção Audiovisual

Escola de Direito

Direito São Caetano do Sul
Direito São Paulo
Segurança Pública

Escola de Gestão e Negócios

Administração
Ciências Contábeis
Ciências Contábeis para Graduados
Ciências Econômicas
Estatística e Ciência de Dados
Gestão Comércio Exterior
Gestão Comercial
Gestão Financeira
Gestão Logística
Gestão de RH
Negócios Imobiliários
Relações Internacionais
Secretariado
Marketing
Processos Gerenciais São Caetano do Sul
Processos Gerenciais Itapetininga

Escola de Saúde

Biomedicina
Educação Física
Enfermagem São Caetano do Sul
Enfermagem São Paulo
Estética e Cosmetologia
Farmácia
Fonoaudiologia
Fisioterapia
Gestão Hospitalar
Medicina São Caetano do Sul
Medicina São Paulo
Medicina Itapetininga
Medicina Veterinária
Nutrição
Odontologia
Psicologia São Caetano do Sul
Psicologia São Paulo
Ciências Biológicas
Terapia Ocupacional

Escola Politécnica

Análise e Desenvolvimento de Sistemas São Caetano do Sul
Análise e Desenvolvimento de Sistemas São Paulo
Banco de Dados

Ciência da Computação
Engenharia Civil
Engenharia da Computação
Engenharia de Controle e Automação (Mecatrônica)
Engenharia Elétrica
Engenharia de Produção
Engenharia Química
Gestão de Qualidade
Gestão de TI
Segurança da informação

Escola de Formação de Professores e Inovação Pedagógica

Pedagogia
Ciências da Natureza
Ciências Humanas
Matemática

CURSOS DE EAD

Escola de Gestão e Negócios

Administração
Ciências Contábeis
Ciências Econômicas
Comércio Exterior
Gestão Comercial
Gestão Financeira
Logística
Gestão de RH
Negócios Imobiliários
Secretariado
Marketing
Processos Gerenciais

Escola de Direito

Segurança Pública

Escola de Formação de Professores e Inovação Pedagógica

Pedagogia
Pedagogia para licenciados
Ciências da Natureza
Ciências Humanas
Matemática
Letras – Licenciatura em Língua Portuguesa e Língua Inglesa
Letras para licenciados
Biologia para licenciados
Física para licenciados
Geografia para licenciados
Química para licenciados
Formação Pedagógica para Docente da Educação Profissional

PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU

Programa de Pós-Graduação em Administração (Mestrado, Doutorado e Pós-Doutorado)
Programa de Pós-Graduação em Comunicação (Mestrado profissional e Pós-Doutorado)
Programa de Pós-Graduação em Educação (Mestrado profissional, Doutorado e Pós-Doutorado)
Programa de Pós-Graduação em Ensino Em Saúde (Mestrado profissional)

PÓS-GRADUAÇÃO LATO SENSU

Mais de duzentos cursos de MBA, e Especialização nas áreas de:
Administração
Ciências Contábeis
Comunicação social
Direito
Educação Física
Gestão
Psicologia
Medicina
Tecnologia da Informação
Odontologia

PÓS-GRADUAÇÃO LATO SENSU EAD

Administração
Tecnologia da Informação
Ciências Contábeis
Comunicação Social
Direito

ENSINO MÉDIO

Colégio Universitário USCS

UED – USCS ESCOLA DIGITAL

Cursos livres de especialização de curta duração na modalidade EAD.

PRINCIPAIS EVENTOS REALIZADOS ANUALMENTE PELA USCS

1- Processo Seletivo da Graduação:

Ocorre duas vezes por ano para todos os cursos de graduação. Exige ações de Comunicação que destaquem a tradição e processo de inovação, qualidade do ensino, práticas acadêmicas no campo de formação profissional, bem como dos serviços oferecidos pela instituição à comunidade, além do esforço dedicado a empregabilidade de seus estudantes. Os meios de divulgação mais utilizados são: Mídias online e mídias off-line.

2- Processo seletivo da Pós-graduação (Lato Sensu):

Ocorre duas vezes por ano. Exige ações de promoção visando, além da divulgação, ações que demonstrem a importância da especialização profissional no mercado de trabalho e o posicionamento de excelência da instituição.

3- Processo seletivo da Pós-graduação (Stricto Sensu):

Ocorre duas vezes por ano. No campo do Stricto Sensu é fundamental divulgar, além dos processos seletivos em si, a produção científica da instituição.

4- Feiras (de vestibular e institucional):

A instituição participa, no decorrer do ano, de feiras de vestibular ou de caráter institucional - oferecendo serviços e buscando ampliar a divulgação de sua marca. Nessas atividades, a agência contratada fica responsável pela concepção e montagem de stands, e pela produção dos materiais de divulgação.

5- Ações de Extensão Universitária:

São ações de caráter sociocultural, visando intercambiar com a comunidade, por meio de atividades realizadas dentro e fora dos campi, tais como: orientação jurídica, atividades de promoção da saúde, divulgação de indicadores econômicos, palestras e debates e demais ações onde a Universidade vai até a comunidade oferecendo serviços em suas áreas de formação (USCS Comunidade), etc.

6- Atividades Esportivas e Culturais:

São atividades desenvolvidas para a coletividade acadêmica, mas que também contam com a participação da comunidade. Exemplos: shows musicais, palestras, seminários, cursos, feiras culturais, torneios esportivos, teatro e participação em eventos voltados a datas comemorativas (aniversário de São Caetano do Sul, Sete de Setembro etc.).

Para a realização desses eventos há necessidade de criação e execução de peças e projetos de comunicação visual (logotipos, uniformes etc.); Concepção e montagem de stands; Confecção de materiais de divulgação etc.

7- Divulgação institucional e Consolidação da Marca

A instituição passou por um longo processo de evolução. O crescimento acentuado dos últimos anos provocou mudanças, que vão desde o maior número de cursos, maior número de alunos, novos campi, inclusive fora da cidade de São Caetano do Sul, como Campus São Paulo – Bela Vista e Campus Itapetininga e ampliação dos serviços oferecidos.

A consolidação dessa marca, aliada a um posicionamento identificado com qualidade e inovação, é um desafio, que pela sua natureza exige a intensificação de ações de propaganda e marketing, tanto no que diz respeito as estratégias de mídias quanta a abrangência geográfica das inserções. É, por exemplo, oportuno que a instituição consolide sua posição na Região do Grande ABC e conquiste maior visibilidade fora dessa região.

8- Atividades internas:

Espera-se que a agência contratada ofereça, também, soluções de comunicação interna e endomarketing visando melhorar relacionamento com os seus diversos públicos.

IMPORTÂNCIA DA USCS NO DESENVOLVIMENTO DA COMUNIDADE

Desde sua fundação, a USCS já estabelecia como um de seus compromissos o de não restringir sua atuação ao interior do campus universitário. Na visão da instituição, sempre foi fundamental interagir com a comunidade e estender também a ela os benefícios gerados pela academia. Nesse contexto, pode-se afirmar que a dissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão já era perseguida pela USCS antes mesmo de tornar-se uma exigência legal, o que ocorre quando de sua ascensão à condição de Universidade. Tome-se, por exemplo, a atuação no campo da extensão. A promoção de atividades culturais abertas à comunidade sempre esteve ligada à trajetória da USCS. Atualmente, Teatro, Música, Literatura e outras formas de expressões artísticas encontram respaldo em um programa de extensão especialmente desenvolvido para atender suas especificidades: Cultura e Universidade.

Destaque também para os serviços oferecidos pelos cursos em suas mais diversas formas de atuação. O trabalho das clínicas e laboratórios da área de Saúde, a Assistência Jurídica realizada por professores e estudantes de Direito, os projetos desenvolvidos pelos estudantes inscritos no Programa de Apoio a Entidades Sociais, entre outros, trazem em seu gene a diretriz de aperfeiçoar a formação dos estudantes, oferecendo também à comunidade a possibilidade de engrandecimento, o caso do mais recente programa de extensão “USCS Comunidade”, programa que a Universidade vai mensalmente a comunidade nos vários bairros de São Caetano do Sul com seus professores e estudantes, oferecendo serviços e informações nas mais variadas área de formação.

No que se refere à Pesquisa, a Universidade oferece Programas de Mestrado e Doutorado em Administração e Educação; e programas de Mestrados em Comunicação e ensino em Saúde, todos recomendados pela CAPES.

Também é preciso salientar o importante papel do INPES, Instituto de Pesquisa da Universidade Municipal de São Caetano do Sul, criado em 1982, e que desde então vem desenvolvendo trabalhos de pesquisa aplicada nas áreas de interesse dos cursos de graduação e pós-graduação da instituição, além de implementar outros projetos em atendimento às solicitações da comunidade empresarial e administração pública.

A produção e disseminação de conhecimento também encontram respaldo nas Publicações Acadêmicas mantidas pela Universidade e no trabalho da Coordenadoria de Pesquisas Acadêmicas, que atua visando: estimular o desenvolvimento de pesquisa científica; Promover interação entre os docentes e discentes da Graduação e da Pós-Graduação; Desenvolver mecanismos para despertar o interesse dos estudantes de graduação em participar de projetos de pesquisa; Favorecer a interação entre as atividades de pesquisa desenvolvidas na Universidade e as atividades pedagógicas e estimular a produção acadêmica dos docentes e discentes.

Destaca-se também as recentes inserções de pesquisa na área da saúde, como é o caso do CPC – Centro de pesquisa Clínica, com atuação marcante entre outros, junto ao estudo de vacinas. E com foco em Inovação, o Centro de Inovação INOVA USCS para o Desenvolvimento Regional.

PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO

Embora tenhamos alcançado mais de cinco décadas de existência, somos uma universidade em crescimento, com metas a serem cumpridas, desafios a serem enfrentados e que precisa estar sempre em constante atualização.

Diante de um cenário atual de mudanças rápidas nas tendências tecnológicas e inovações disruptivas para os próximos anos, e suas implicações nos processos de formação profissional; Pensando ainda no volume de informações que as pessoas recebem por diversos meios de comunicação, e suas implicações nos processos de escolha; tudo isso exige que as nossas ações sejam criativas, inovadoras, sensibilizadoras, e que empenhemos na busca permanente de novos canais e métodos de comunicar de forma mais eficaz. É preciso aproximar os processos de comunicação da USCS com as novas tendências e demandas da sociedade e dos ambientes de mercado.

OBJETIVO DA COMUNICAÇÃO

Apresentar a marca, seus produtos e diferenciais;

Desenvolver proposta de campanha, valorizando e destacando os pontos positivos da marca, no sentido de que seja referência de imagem, inovação e tradição;

Ao ser comparada com outras instituições, a marca USCS, seja considerada de reputação elevada, sendo, desejada pelo público alvo.

DESAFIOS DA COMUNICAÇÃO

Desenvolver Plano de Comunicação Integrada detalhada, levando em consideração a diretriz da Universidade de privilegiar ações via web/mobile, além de material impresso.

Dar ênfase à ideia de Instituição que tem tradição e modernidade com qualidade, o que lhe dá credibilidade para também fazê-lo em novas unidades e novos cursos e serviços que vierem a ser implantados.

Ampliar a visibilidade e reconhecimento da marca, preferencialmente, nas regiões que a Instituição mantém suas unidades e conseqüentemente aumentando a abrangência de visibilidade nas demais regiões do Estado de São Paulo e outras unidades da Federação.

TEMA / MOTE DA AÇÃO

Ampliar a abrangência e consolidação da imagem USCS destacando o binômio tradição e inovação.

A campanha deverá mostrar a USCS como uma instituição que oferece um processo de formação sólido para atuar no presente e no futuro.

E a divulgação do processo seletivo deve ser de forma simples, direta e objetiva, reforçando a ideia de uma Instituição, ao mesmo tempo, tradicional e moderna.

MATERIAIS DA AÇÃO

Desenvolver Plano de Comunicação integrada detalhada, levando em consideração a diretriz da Universidade de privilegiar ações via web/mobile, além da ambientação dos Campi.

Para a parte de estratégias digitais necessitamos que seja contemplado o trabalho de implementação de *inbound* marketing em nossas ações. Como: pesquisa de persona, criação do funil de *inbound*, implementação das metas tags nos canais de conversão; conteúdos diversificados com base no comportamento das personas, criação e implementação das *landings pages*, automação de marketing, *dashboard* para a nossa visualização em tempo real das ações etc.

Material impresso (postal; banner; cartaz; faixas);

Material online (Feed e stories (Instagram e facebook), emkt, card e outros);

Novas redes sociais: tendências e novas oportunidades para a marca.

OBRIGATORIEDADES E RESTRIÇÕES

Marca USCS;

Inserir: Acesse o site: vestibular.uscs.edu.br

A campanha deve ser objetiva, direta, evitando frases e imagens rebuscadas e que não sejam verdadeiras.

PONTOS POSITIVOS DA USCS A RESSALTAR:

Qualidade de ensino, localização e referência de amigos são forças de atração;

A USCS tem proximidade com a sua comunidade acadêmica;

Professores titulados (mestres e doutores);

Concessão de bolsa de estudo por mérito (a partir do 2º semestre. Possui seu próprio edital);

Localizada em uma cidade que está entre as de melhor qualidade de vida;

Tradição = seriedade e compromisso com a qualidade;

Inovação = buscas constantes pelo novo;

Conforto e praticidade: salas de aula climatizadas, carteiras estofadas e equipamento multimídia;

Infraestrutura: Clínicas, laboratórios equipados para o desenvolvimento da prática profissional projetos experimentais;

Oferta de atividades complementares e culturais que ampliam o grau de conhecimento dos estudantes;

Educação continuada = Estudantes têm a possibilidade de cursar pós-graduação na própria instituição (concessão de desconto na mensalidade);

A instituição em expansão e aperfeiçoamento constata dos seus processos, cursos e serviços;

Amplio campo de estágio em todas as áreas de conhecimento oferecidas pela Universidade.

PUBLICO-ALVO:

PRIMÁRIO 1 - Jovens entre 17 e 25 anos, com ensino médio completo ou que esteja terminando este ano, preferencialmente nas regiões que a Instituição mantém suas unidades e subsidiariamente aumentar a abrangência nas demais regiões no Estado de São Paulo;

PRIMÁRIO 2 – Organizações públicas, privadas e do terceiro setor que utilizem de estudos e conhecimento produzido na universidade;

SECUNDÁRIO - País, público em geral, formadores de opinião, mídia, órgãos governamentais, empresas e associações.

FOCO:

Pessoas que procuram por uma formação específica e um futuro melhor;

Pessoas que procuram por uma relação custo/benefício interessante;

Pessoas que procuram por uma educação continuada;

Instituições públicas e privadas que busquem por pesquisas, informações e serviços.

VERBA REFERENCIAL PARA A CAMPANHA:

R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais).

PERÍODO DE VEICULAÇÃO

Início de janeiro de 2025 até final de abril de 2025.

PRAÇAS DE VEICULAÇÃO:

Nas regiões que a Instituição mantém suas unidades e conseqüentemente aumentando a abrangência em regiões próximas.

RECURSOS PROPRIOS DA "USCS" PARA COMUNICAÇÃO:

Portal da Universidade na *Internet*;

Redes Sociais (*Facebook, Instagram, LinkedIn, X - antigo Twitter e Whatsapp*);

Assessoria de imprensa;

Mailling list de professores, funcionários, alunos e ex-alunos;

Sistema interno de TV.

ANEXO IX
TERMO DE REFERÊNCIA

Informações Básicas

Número do Processo: 343/2024

Solicitante: Universidade Municipal de São Caetano do Sul

1. DESCRIÇÃO DO OBJETO:

Contratação de Agência de Publicidade para prestação de serviços técnicos e publicidade para elaboração de projetos e campanhas da Universidade Municipal de São Caetano do Sul USCS, conforme as condições e as especificações constantes no ETP e em seus anexos.

2. IDENTIFICAÇÃO DOS SERVIDORES

Joaquim Celso Freire
Fernando Scarmelloti
Luciano da Cruz

3. DO OBJETO E DA JUSTIFICATIVA

O presente Termo de Referência visa à Contratação de Agência de Publicidade e Propaganda para prestação de serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas da Universidade Municipal de São Caetano do Sul – USCS, conforme as condições e as especificações constantes no Termo de Referência e em seus anexos.

3.1. Definição do Objeto

3.1.1. Compreendem os 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.

3.1.2. Também integram o objeto deste Termo de Referência como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a.** à produção e à execução técnica das peças e projetos criados;
- b.** ao planejamento e à execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento relacionados a determinada ação publicitária;
- c.** à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias desenvolvidas.

3.1.3. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 3.1.2., “b”, terão a finalidade de:

- a.** gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Universidade Municipal de São Caetano do Sul – USCS, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b.** aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;
- c.** possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

3.2. Não se confundem com o objeto deste Termo de Referência, estando, portanto, fora da contratação, as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos.

3.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio de mídia – assim entendidos os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento, comercializados por veículo de divulgação.

3.3. Estimativa das quantidades

3.3.1. O presente Termo de Referência não envolve a quantificação prévia e estimada dos produtos e serviços a serem executados no decorrer da execução contratual.

3.3.2. Diferentemente dos serviços de natureza comum, que são constituídos por tarefas que podem ser executadas mecanicamente ou segundo técnicas, protocolos e métodos pré-estabelecidos e conhecidos, para os quais caberia a modalidade pregão em sua contratação, os serviços de publicidade possuem uma natureza intelectual, na medida em que a sua contratação envolve, basicamente, a expertise das agências de propaganda na proposição das soluções publicitárias mais adequadas para atingimento dos objetivos de comunicação estabelecidos em cada demanda.

3.3.3. Ademais, o art. 5º da Lei nº 12.232/2010 estabelece a modalidade de licitação para contratação de serviços de publicidade, bem como define os tipos de licitação “melhor técnica” ou “técnica e preço” a ser adotado, sem margem de discricionariedade para o órgão licitante.

3.4. Sistema de Registro de Preços

3.4.1. De acordo com o art. 6º da Lei nº 12.232/2010, o instrumento convocatório das licitações para contratação de serviços de publicidade deve observar de forma subsidiária a Lei nº 14.133/2021 (art. 186), ainda que seja serviço considerado pela jurisprudência, como contínuo, a sua específica definição, isto é, aquilo que se irá realizar em um determinado momento, será resultante do influxo de diversos fatores, que determinarão a campanha publicitária necessária nas diversas áreas, quer sejam campanhas institucionais ou de interesse público, a Lei nº 12.232/10, estabeleceu o briefing em substituição ao projeto básico e/ou executivo, portanto, para fins da licitação, o briefing serve como Projeto Básico para o desenvolvimento de uma campanha publicitária ficta, servindo como um conjunto de dados para a avaliação técnica da Agência, cujas informações e orientações nele contidas ditarão a estrutura e o planejamento de comunicação, a

campanha publicitária, o plano de mídia e toda a estratégia a ser recomendada. A questão dos preços, nas licitações realizadas no modelo da Lei de publicidade, acaba não sendo tão relevante no momento da disputa licitatória, portanto, pela impossibilidade de que seja estimado previamente um quantitativo de produtos e serviços a serem prestados no decorrer da execução contratual, vai depender diretamente de cada solução publicitária aprovada. Os serviços serão entregues no Setor de Comunicação.

3.5. Prazo do Contrato

3.5.1. A duração inicial da presente contratação terá o período de 12 (doze) meses, o qual poderá ser prorrogado, mediante acordo entre as partes, por iguais e sucessivos períodos, com vistas à obtenção de preços e condições mais vantajosas para a Administração, respeitada a vigência máxima decenal.

3.6. Da natureza continuada dos serviços de publicidade a serem contratados

3.6.1. Considerando que a USCS está inserida num ambiente operacional bastante competitivo e em constante processo de mudança e inovação, visualizando uma educação global e em rede, é um desafio, que pela sua natureza exige a intensificação de ações de propaganda e marketing, tanto no que diz respeito às estratégias de mídias, quanto à abrangência geográfica das inserções, é necessário a ampliação regional e conquista de espaço no território nacional.

3.6.2. Dessa forma, a interrupção dos serviços de publicidade, prestados por intermédio de agências de propaganda, pode comprometer a execução dos objetivos da instituição, ressaltando a observância ao princípio da Publicidade disposto no §1º do artigo 37 da Constituição Federal, que garante o direito da população e o dever da Administração de divulgar os atos praticados.

3.6.3. É por meio das agências de propaganda contratadas que a USCS obtém os serviços de produção e execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, prestados por fornecedores especializados, com a intermediação e supervisão das agências, bem como realiza a distribuição dessas peças junto aos veículos de comunicação e divulgação, nos termos da Lei nº 4.680/1965 e da Lei nº 12.232/2010. Assim, a interrupção dos serviços de publicidade prestados por intermédio das agências de propaganda deixaria a USCS impedida, temporariamente, de exercer sua missão institucional.

3.6.4. Dessa forma, considerando, ainda, a relevância das ações de publicidade no posicionamento institucional da USCS à sociedade, frente aos desafios e aos problemas que se apresentam no dia a dia, entende-se pertinente manter a previsão no edital da

possibilidade de prorrogação dos contratos, por iguais e sucessivos períodos, respeitada a vigência máxima decenal, nos termos do artigo 107, da Lei nº 14.133/2021.

3.6.5. Vale destacar que a prorrogação dos contratos de publicidade, além de não ferir os dispositivos legais vinculados à matéria, vai ao encontro da jurisprudência dos Tribunais de Contas, o qual entende que a definição de um serviço como sendo continuado depende de suas características específicas, ou seja, depende do exame de cada caso concreto.

3.6.6. Esse entendimento está perfeitamente em linha com a posição do Ministro Emérito do Tribunal de Contas da União Exmº Sr. Ivan Luz, segundo o qual “o primeiro intérprete de tais normas é seu próprio executor, o agente da Administração competente para aplicá-las” (extraído do artigo “A duração dos Contratos de Prestação de Serviços a serem executados de forma contínua”, do eminente Jorge Ulisses Jacoby Fernandes, publicado no Boletim de Licitações e Contratos, fevereiro/1996, página 79, e na Revista do TCU, nº 69, julho/setembro de 1996).

3.7. Garantia

3.7.1. A garantia abrange os materiais gráficos e impressos produzidos para as campanhas publicitárias que não estejam de acordo com o pedido efetuado pela USCS no que diz respeito ao tamanho, tipo de material utilizado e demais especificações técnicas.

Uma vez notificado, o contratado deverá fazer a substituição desses materiais que apresentarem defeito, no prazo de até 5 (cinco) dias úteis, contados a partir da data da verificação do defeito. No caso de não haver a substituição do material, a USCS fica desobrigado de arcar com os custos dos materiais com defeito constatado.

3.8. Entrega do objeto

3.8.1. Por se tratar de contratação de Agência de Publicidade para prestação de serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas da USCS, conforme as condições e as especificações constantes no ETP e em seus anexos. A entrega dos serviços será em até 30 dias da solicitação.

3.9. Recebimento provisório e definitivo

3.9.1. Para o recebimento provisório e definitivo deverão ser observadas as regras dispostas no artigo 140 da Lei Federal nº 14.133/ 2021.

3.10. Catálogo Eletrônico

3.10.1. A USCS, bem como o Município não possui catálogo eletrônico de padronização.

3.11. Início da prestação de serviço

3.11.1. A partir da assinatura do contrato com a empresa,

ela terá o prazo máximo de 10 (dez) dias úteis para início da prestação dos serviços.

4. FUNDAMENTAÇÃO DA CONTRATAÇÃO

4.1. A fundamentação da contratação e de seus quantitativos encontra-se pormenorizada em tópico 4. do ETP.

5. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

5.1. A descrição da solução como um todo encontra-se pormenorizada em tópico 7. do ETP.

6. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

6.1. Os serviços objeto do presente Termo de Referência serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965.

6.1.1. A agência atuará por ordem e conta da USCS em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

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

6.2. Da Habilitação das Licitantes

6.2.1. Para participarem no presente certame, a exemplo das contratações vigentes e anteriores, as agências de propaganda licitantes deverão apresentar documentos e declarações que comprovem sua habilitação jurídica, sua regularidade fiscal e trabalhista, sua qualificação técnica e sua qualificação econômico-financeira, nos termos previstos nos dispositivos legais e normativos atinentes à matéria.

6.3. Das Obrigações da Contratada

- I.** Executar os serviços diretamente, com seus próprios recursos, operando como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.
- II.** Os serviços deverão ser executados por meio dos profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na Proposta Técnica apresentada, admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior mediante comunicação prévia à USCS.
- III.** Executar todos os serviços de acordo com os prazos e as demais especificações estipuladas pela USCS.
- IV.** A Contratada poderá intermediar a contratação de veículos de divulgação e, quando necessários à execução das atividades complementares (fornecedores de serviços especializados).
- V.** A contratação de veículos de divulgação e de fornecedores de serviços especializados deverá ser submetida à prévia e expressa autorização da USCS e implica a atuação da Contratada por conta e ordem da Universidade.
- VI.** A USCS deverá ser previamente identificada na contratação de veículos de divulgação.
- VII.** Efetivar as operações de pagamento referentes aos serviços prestados por veículos ou fornecedores de serviços especializados, operação que deverá ser realizada em até 5 (cinco) dias úteis do recebimento do pagamento realizado pela USCS.

- VIII.** Contratar, administrar, executar e fiscalizar os contratos firmados com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação – inclusive quando decorrentes de cotações realizadas pela USCS, respondendo pelos efeitos destes acordos, incluídos os danos e os prejuízos, diretos ou indiretos, decorrentes de sua culpa.
- IX.** As alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços contratados deverão ser tempestiva e formalmente comunicados a USCS, devendo a Contratada adotar providências imediatas para solucionar a pendência.
- X.** A culpa do fornecedor de serviços especializados, do veículo de distribuição ou da AGÊNCIA, que repercuta na plena execução dos serviços contratados implica a revisão das obrigações e dos pagamentos dos contratos por esta firmados, na medida das consequências do ato nos serviços acordados.
- XI.** Orientar a produção, a impressão e a distribuição das peças gráficas conforme aprovação da USCS e atestar a conformidade deste material com as especificações contidas no documento de autorização da ação.
- XII.** Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos de comunicação.
- XIII.** Pertencem a USCS, devendo-lhes ser transferidas, as vantagens obtidas em negociação com fornecedores de serviços especializados e com veículos de divulgação realizada diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou replicações que tenham sido concedidos pelo veículo, excluídos os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à Contratada, nos termos do art. 18 da Lei 12.232/2010.
- XIV.** A Contratada não poderá sobrepor os planos de incentivo aos interesses da USCS, 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.
- XV.** Nos casos de reutilizações de peças publicitárias da USCS, a Contratada deverá negociar sempre as melhores condições de preço.
- XVI.** Observar as seguintes condições para o fornecimento de serviços especializados a USCS, com exceção à compra de mídia:
- a.** Fazer cotações prévias de preços para os serviços a serem prestados por fornecedores, com exceção à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado;
 - b.** Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados no MUNICÍPIO DE SÃO CAETANO DO SUL ou eventual sistema que venha a substituir tal cadastro, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, com exceção à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado;
 - c.** A impossibilidade de obter as 3 (três) cotações deverá ser previamente justificada a USCS, por escrito, para decisão sobre a contratação.
- XVII.** Exigir do fornecedor que a cotação seja em papel timbrado e que:
- a.** Contenha a identificação do fornecedor (com, pelo menos, nome completo, CNPJ ou CPF, endereço e telefone) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

b. Detalhe dos produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, suas especificações;

c. Seja apresentada juntamente com os comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – no 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.

XVIII. Quando o fornecimento de serviços tiver valor superior a 0,5% (meio por cento) do valor global deste CONTRATO, a Contratada coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da USCS.

XIX. A USCS procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado, sendo que:

a. Se e quando julgar conveniente, a USCS poderá realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

XX. Encaminhar em arquivo digital, após a aprovação do serviço pela USCS e sem ônus para esta, cópias de peças produzidas (tv e cinema, internet, rádio, mídia impressa e materiais publicitários – sendo essas últimas uma cópia aberta e uma cópia fechada), desde que não seja para uso em veiculação de mídia paga.

XXI. Os arquivos contendo as cópias das peças produzidas deverão ser apresentados nos formatos definidos pela USCS.

XXII. Disponibilizar à USCS informações que forem solicitadas a respeito da mídia utilizada.

XXIII. Entregar à USCS cópia dos comprovantes de pagamentos feitos a fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento realizado pela USCS.

XXIV. Entregar a USCS, em meio eletrônico e em meio impresso, até o dia 10 de cada mês, um relatório total (mês a mês) de despesas com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação com o respectivo acompanhamento de seus pagamentos.

XXV. Elaborar, sempre que solicitado pela USCS, estudo de práticas e investimentos em mídia que vêm sendo empregadas.

XXVI. Prestar esclarecimentos a USCS sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a Contratada, independentemente de solicitação.

XXVII. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto licitado, 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.

XXVIII. A Contratada é responsável por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

XXIX. Sempre que solicitado pela USCS, a Contratada deverá apresentar a

comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

XXX. 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.

XXXI. Obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento dos serviços.

XXXII. A Contratada também responderá por qualquer ação judicial que tenha por fundamento a legislação trabalhista ou de proteção aos direitos autorais ou à propriedade intelectual, devendo adotar providências no sentido de preservar a USCS e de mantê-lo excluído da lide, assim como de reivindicações, demandas, queixas ou representações referentes a tais assuntos.

XXXIII. Havendo condenação contra a USCS, a Contratada lhe reembolsará a importância que tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento, sem prejuízo da apuração das demais responsabilidades cíveis, penais e administrativas envolvidas.

XXXIV. Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 5 (cinco) anos após a extinção do contrato.

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

XXXVI. A contratada não poderá contratar fornecedores para execução dos serviços de planejamento, criação, concepção e supervisão dos serviços de produção.

XXXVII. A empresa vencedora deverá ter 1 (um) profissional para o setor de atendimento exclusivo na instituição.

6.4. Sustentabilidade

6.4.1. A presente contratação deverá adotar, em seu edital, dispositivos específicos para garantir práticas de sustentabilidade, otimização de recursos, redução de desperdícios e redução da poluição por parte da agência de propaganda contratada na execução dos serviços. As exigências de sustentabilidade ambiental para a execução do futuro contrato encontrar-se-ão dispostas no Modelo de Declaração Unificada, previsto em Edital, de modo que os requisitos nela exigidos são adequados à especificidade desse tipo de contratação.

6.5. Indicação de Marcas ou Modelos

6.5.1. Por se tratar da contratação de uma agência de publicidade, que vai prestar serviços à USCS, o item não se aplica a este processo.

6.6. Subcontratação

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

6.7. Garantia da execução

6.7.1. Por se tratar da contratação de uma agência de publicidade, que vai prestar serviços a USCS, o item não se aplica a este processo.

6.8. Necessidade de Vistoria

6.8.1. Por se tratar da contratação de uma agência de publicidade, que vai prestar serviços a USCS, o item não se aplica a este processo.

7. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO

7.1.A execução do contrato dar-se-á em total conformidade com os termos e condições estabelecidas na licitação e no respectivo instrumento contratual de acordo com art. 14., da Lei nº12.232/2010.

“Art. 14. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do § 1º do art. 2º desta Lei.

...

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.”

7.2. Observar as seguintes condições para o fornecimento de serviços especializados à USCS, com exceção à compra de mídia:

a. Fazer cotações prévias de preços para os serviços a serem prestados por fornecedores, com exceção à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado;

b. Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados no Município ou eventual sistema que venha a substituir tal cadastro, que atuem no mercado doramo do fornecimento pretendido, com exceção à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado;

c. A impossibilidade de obter as 3 (três) cotações deverá ser previamente justificada a USCS, por escrito, para decisão sobre a contratação.

I. Exigir do fornecedor que a cotação seja em papel timbrado e que:

- a.**Contenha a identificação do fornecedor (com, pelo menos, nome completo, CNPJ ou CPF, endereço e telefone) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;
- b.**Detalhe dos produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, suas especificações;
- c.**Seja apresentada juntamente com os comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – no 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.
- II.** Quando o fornecimento de serviços tiver valor superior a 0,5% (meio por cento) do valor global deste CONTRATO, a Contratada coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da USCS.
- III.** A USCS procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado, sendo que:
- a.**Se e quando julgar conveniente, a USCS poderá realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.
- IV.** Encaminhar em arquivo digital, após a aprovação do serviço pela USCS e sem ônus para esta, cópias de peças produzidas (tv e cinema, internet, rádio, mídia impressa e materiais publicitários – sendo essas últimas uma cópia aberta e uma cópia fechada -, desde que não seja para uso em veiculação de mídia paga.
- V.** Os arquivos contendo as cópias das peças produzidas deverão ser apresentados nos formatos definidos pela USCS.
- VI.** Disponibilizar a USCS informações que forem solicitadas a respeito da mídia utilizada.
- VII.** Entregar a USCS cópia dos comprovantes de pagamentos feitos a fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento realizado pela USCS.
- VIII.** Entregar a USCS, em meio eletrônico e em meio impresso, até o dia 10 de cada mês, um relatório total (mês a mês) de despesas com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação com o respectivo acompanhamento de seus pagamentos.
- IX.** Direitos Autorais – A Contratada deve ceder à USCS os direitos autorais de uso das ideias (incluindo estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados, produzidos em decorrência do contrato a ser assinado.
- a.** Os direitos são cedidos de forma total e definitiva, para uso no Brasil ou em qualquer outro país do mundo.
- b.** O valor dessa cessão está integralmente incluído nas modalidades de remuneração definidas no contrato.
- c.** Os direitos patrimoniais cedidos poderão ser usados pela USCS em todas as suas modalidades de utilização, diretamente ou por intermédio de terceiros.
- d.** Quando necessário realizar contratações que envolvam direitos de autor e conexos, a Contratada solicitará a quem de direito a concessão por prazo, finalidade, território e preço,

inclusive quanto à eventual renovação do contrato, dos direitos autorais e conexos de suas respectivas titularidades.

- e. A Contratada se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, o custo com cachês, os de cessão de direito de uso de obra (s) consagrada (s), incorporada (s) às peças e os de cessão dos demais direitos de autor e conexos.

8. GESTÃO E FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

8.1. A gestão do contrato será exercida pelo agente publico _____, matrícula _____(designado através da Portaria nº _____) email - _____ fone _____ e, a fiscalização do contrato, será exercida pelo agente publico _____, matrícula _____ (designada através da Portaria nº _____), email - _____,

9. CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E PAGAMENTO

9.1. Recebimento do objeto: O objeto será recebido observando-se as disposições do art. 140 da Lei Federal nº 14.133/21.

9.2. Por se tratar da contratação de uma agência de publicidade, que vai prestar serviços a USCS, o item MEDIÇÃO não se aplica a este processo.

I.O pagamento será efetuado mensalmente, mediante apresentação de Nota Fiscal/Fatura emitida pela CONTRATADA, acompanhada quando for o caso, das Notas Fiscais/Faturas emitidas pelos fornecedores e veículos em nome da CONTRATANTE, a/c da CONTRATADA.

II.O pagamento será efetuado mediante depósito bancário, devendo a CONTRATADA informar o Banco, Agência e o número da conta corrente em que deverá ser efetuado o crédito, o qual ocorrerá em até 30 (trinta) dias, após aceitação das Notas Fiscais/Faturas da seguinte forma:

a.Veiculação: mediante apresentação dos documentos de cobrança, tabelas de preços dos veículos e respectivos comprovantes de veiculação, em até trinta dias após o mês de veiculação;

b.Produção e execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários: mediante apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas, e respectivos comprovantes, em até trinta dias após o mês de produção;

c.Outros serviços realizados por fornecedores, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas, peças e materiais publicitários – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual: mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes, nos prazos ajustados por ocasião da solicitação de cada serviço.

III. Os documentos de cobrança e demais documentos necessários ao reembolso de despesas deverão ser encaminhados ao endereço a seguir, com antecedência mínima de dez dias da data do vencimento, dos quais deverão constar a citação ao Contrato e a manifestação de aceitação do gestor contratual:

IV. Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a USCS, a seu critério, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que

considerar indevida.

- V. Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.
- VI. A USCS não pagará, sem que tenha autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.
- VII. Os pagamentos a fornecedores e veículos serão efetuados, pela CONTRATADA, imediatamente após a compensação bancária dos pagamentos feitos pela USCS.
- VIII. Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela CONTRATADA, de prazos de pagamento, serão de sua exclusiva responsabilidade.
- IX. A CONTRATADA apresentará à USCS um relatório com datas e valores dos pagamentos realizados a fornecedores e veículos, até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento.

10. FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR

10.1. A USCS em conformidade com a Leis Federais n.ºs 12.232/2010, 14.133/2021 e 4.680/65 de forma complementar e dos Artigos 42, 43, 44, 45 e 46 da Lei Complementar 123 de 14 de dezembro de 2006, torna público que fará realizar na sala de reuniões do Campus Barcelona, situada à Rua Maceió, 177, Barcelona, licitação na modalidade CONCORRÊNCIA PRESENCIAL, conforme objeto descrito no item 1 deste Termo de Referência, nas condições fixadas neste Termo de Referência e seus anexos, sendo a presente licitação do tipo “TÉCNICA E PREÇO”, adotando o sistema de Registro de Preços.

10.2. O tipo de modalidade CONCORRÊNCIA PRESENCIAL se justifica pelo fato de que a USCS não possui nenhum software para assegurar a ausência de metadados nos arquivos apócrifos da proposta, que possam identificar os licitantes.

11. DO OBJETO E DA JUSTIFICATIVA

11.1 A descrição do objeto e da justificativa encontra-se pormenorizada no tópico 3. deste Termo de Referência.

12. DO VALOR TOTAL MÁXIMO:

12.1. Considerando o valor de R\$ 5.500.000,00 (cinco milhões e quinhentos mil reais) referente a última licitação para contratação de empresa de publicidade e propaganda, realizada pela USCS, no ano de 2019, entende-se que, para esta licitação, que realizar-se-á em 2024, o valor global da presente contratação de serviços de publicidade está estimado em R\$ 9.500.000,00 (nove milhões e quinhentos mil reais). A alteração no valor se justifica pela correção da Tabela SINAPRO-SP, além do aumento de unidades da USCS. Reitera-se ainda que o valor da licitação é para uso em todos os setores da instituição, com vistas a melhor atender às necessidades de comunicação publicitária da USCS.

13. DAS CONDIÇÕES GERAIS PARA ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

13.1. DA ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

13.1.1. A proposta técnica será composta de um plano de comunicação publicitária, pertinente às informações expressas no briefing e de um conjunto de informações referentes ao proponente. Esse conjunto de informações será composto de quesitos destinados a avaliar a capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes.

13.1.2. A empresa deverá elaborar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

QUESITOS - SUBQUESITOS

A. Plano de Comunicação Publicitária

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

B. Capacidade de Atendimento

C. Repertório

D. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

13.1.3. A Proposta Técnica deverá ser redigida em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente – com clareza e sem emendas ou rasuras.

13.1.4. QUESITOS:

13.1.4.1. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser constituído por caderno específico composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no briefing e nas orientações deste Termo de Referência, observadas especialmente as seguintes previsões:

I. Formatação;

II. Elaboração em 2 (duas) vias, quais sejam:

a) Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

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

b) Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

II. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em exemplar como mesmo conteúdo da Via Não Identificada – sem os exemplos de peças e/ou materiais da Ideia Criativa – e conter a identificação da licitante, assim como data e assinatura na última página e rubrica nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.

13.1.5. SUBQUESITOS:

13.1.5.1. Raciocínio Básico: deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da USCS, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no briefing.

13.1.5.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante apresentará as linhas gerais de sua Proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos geral e específicos de comunicação, relacionados a esse desafio expressos no briefing, compreendendo:

- I.** Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu

Raciocínio Básico, devem fundamentar a Proposta de solução publicitária;

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

13.1.5.3. Ideia Criativa: a licitante apresentará proposta de campanha publicitária para a execução da sua Proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária.

a) Todas as peças e/ou materiais que compõem a campanha deverão ser listados em uma relação, com comentários circunscritos à especificação de cada peça e/ou material.

b) A relação deverá indicar as peças e/ou material que foram corporificados.

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

I. Ser apresentados sob a forma de:

a) roteiro, layout e/ou storyboard impressos, para qualquer meio;

II. Limitar-se, sob pena de desclassificação, a 5 (cinco) exemplos, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou da característica da peça e/ou material, observadas as seguintes regras:

a) cada redução e/ou variação de formato será considerada uma peça;

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

c) peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablete, assim como painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor) será considerada uma peça, se o entendimento da mensagem depender da leitura do conjunto sequencial e uma peça sozinha não transmitir a mensagem completa da comunicação;

d) um hot site e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;

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

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

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

◆ Cada exemplo de peça e/ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: “cartaz”, “filme TV”, “spot rádio”, “anúncio revista”, “monstro internet”).

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

I. Justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida pela licitante e em função da verba referencial indicada no briefing;

II. Simulação do plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e/ou materiais constantes da relação prevista no subitem Ideia Criativa.

13.1.5.5. Da simulação do plano de distribuição deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- I. Período de distribuição das peças e/ou material;
- II. Quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- III. Valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- IV. Valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- V. Quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não mídia;
- VI. Valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não mídia;

13.1.5.6. Para fins deste Termo de Referência, consideram-se Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e/ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.

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

I. Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação, exceto mídias digitais que não possuem tabelas, exceto mídias digitais que não operam com tabelas de preços.

II. A simulação de compra poderá ser feita através de terceiros (trading desk) ou alocados diretamente nas plataformas, como Meta ADS ou Google ADS.

III. Caso o edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere o item anterior, deverão ser os vigentes na data de publicação do último aviso de licitação;

IV. Devem ser desconsiderados os honorários e custos internos de bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

14. FORMATAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

14.1. O caderno específico que compõe o Plano de Comunicação Publicitária deverá observar a seguinte formatação:

- I. caderno único, com espiral preto colocado à esquerda;
- II. capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², ambas em branco.
- III. conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m²;
- IV. espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- V. títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- VI. espaçamento “simples” entre linhas e, opcionalmente, “duplo” após título e entretítulos e entre parágrafos;
- VII. alinhamento justificado do texto;
- VIII. texto de páginas em fonte “arial”, cor “preto automático”, tamanho “12 pontos”; permitido o uso de negrito em títulos, subtítulos e palavras ou frases de destaque;
- IX. sem numeração das páginas.

14.2. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da

relação de peças e/ou materiais estão limitados, no conjunto, a 8 (oito) páginas, não computadas nesse limite a capa e a contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquestos.

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

14.4. Os exemplos de peças e/ou materiais integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados:

I. Separadamente (soltas) do caderno de que compõe o Plano de Comunicação, sem numeração de página;

II. Devem ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do invólucro nº 01, e não poderá estar danificado ou deformado pelas peças, materiais e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

III. Peças que não se ajustem às dimensões do invólucro nº 01 poderão ser dobradas.

IV. As peças devem ser impressas em tamanho A3, podendo usar papel especial.

14.5. As tabelas e os gráficos integrantes dos subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão:

I. ser editados em cores;

II. ter seu conteúdo editado com a fonte "arial";

III. ser apresentados em papel A3 dobrado, que será considerado 2 (duas) páginas para efeito do subitem **14.2.**

14.6. As tabelas, os gráficos e as planilhas integrantes do subquestos Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

I. ser editados em cores;

II. ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos, não sendo exigida formatação de margem específica;

III. ser apresentados em papel A3 dobrado.

IV. ser apresentados em orientação paisagem.

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

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

II. a quantificação e a qualificação dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, redação, direção de arte, produção, mídia e atendimento;

a) a qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido, no máximo 5 linhas, com nome, formação e a experiência dos profissionais;

b) a comprovação do vínculo com estes profissionais poderá ser feita: com as cópias simples dos registros no livro de registro da empresa, acompanhada pela GFIP gerada pelo sistema do Governo Federal com dados dos Ministérios da Fazenda e do Trabalho e

Emprego ou com as respectivas carteiras de trabalho, contrato social ou contrato de prestação de serviços entre a empresa licitante e o profissional apresentado, comprovando a função exercida. Vedado o acúmulo de funções.

III. as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato.

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

14.8. Os documentos e as informações que compõem o caderno específico mencionado no subitem **14.7.** deverão ser formatados em papel A4, com ou sem o uso de cores, em fonte "arial", tamanho "12 pontos", em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.

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

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

14.10.1. No caderno específico do Repertório deverão ser apresentadas 5 (cinco) peças e/ou materiais, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado o seguinte:

I. as peças e/ou materiais devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2018;

II. as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas);

III. as peças gráficas poderão ser impressas em papel A3, podendo inclusive ser apresentadas dobradas.

IV. as peças e/ou materiais não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a USCS seja ou tenha sido signatário;

V. formatação em fonte "arial", tamanho "12 pontos", com ou sem o uso de cores, em folhas numeradas sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos;

14.11. Para cada peça e/ou material previsto no subitem 14.8., deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, além de 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.

14.11.1. A apresentação de peças e/ou material em número inferior ao exigido no subitem implica, para esse quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.

14.12. A proporcionalidade a que se refere o subitem 14.11.1. será obtida mediante a

aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 24.1..

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

14.14. A licitante deverá apresentar, em caderno específico, 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.

14.15. As propostas de que trata o subitem 15.1. devem ter recebido autorização para sua produção ou ter sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2018;

14.16. A apresentação de apenas 1 (um) relato no caderno específico implica, para esse quesito, pontuação máxima equivalente à metade da pontuação máxima prevista no item 23..

14.17. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a USCS seja ou tenha sido signatário.

14.18. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, mediante a rubrica do autor do referendo em todas as suas páginas.

14.19. Na última página do relato, deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário, acompanhada do seu nome e cargo ou função.

14.20. Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 3 (três) peças e/ou material – não computados no limite de páginas a que se refere o subitem 14.14. – independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

I. as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas);

II. as peças gráficas poderão ser impressas em papel A3, podendo inclusive ser apresentadas dobradas.

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

14.21. Os documentos e as informações que compõem o caderno específico mencionado no subitem 14.14. deverão ser formatados com ou sem o uso de cores, em fonte “arial” tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.

15. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

15.1. A proponente deverá elaborar a sua proposta conforme o modelo que será proposto em Edital, devendo obedecer aos seguintes critérios:

- ◆ A proposta de preços abrange os descontos que serão oferecidos pelos licitantes relativos a custos internos da agência, bem como os honorários a serem cobrados do contratante, referentes à produção de peças e materiais incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros.

A Proposta de Preços DEVERÁ conter, sob pena de desclassificação:

1. O desconto sobre os custos internos de produção da própria licitante, apurado em

relação à tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do São Paulo (SINAPRO), conforme consta no processo deste Termo de Referência.

2. O desconto a ser concedido na remuneração de 15% (quinze por cento) sobre a contratação de serviços de terceiros no processo de produção;
3. O prazo de validade, que não poderá ser inferior a 60 (sessenta) dias, contados da data da entrega dos envelopes.
4. A proposta deverá ser apresentada em 01 (uma) via original, sem emendas, rasuras, corretivos ou entrelinhas, com suas folhas rubricadas e a última contendo data, assinatura e identificação do signatário, que obrigatoriamente deverá possuir capacidade para o ato.
5. Não deverão conter alternativas de preços ou qualquer condição que induza o julgamento a ter mais de um resultado, sob pena de desclassificação.
6. No valor proposto deverão estar computados todos os valores necessários para o atendimento do objeto da presente licitação, tais como tributos, encargos diretos e indiretos, encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais, comerciais, taxas e tarifas, fretes, seguro, custos inerentes à aquisição, transporte, armazenamento e utilização de materiais a serem empregados na execução dos serviços.
7. Havendo discrepância entre os valores unitários e totais, prevalecerão os unitários e seus somatórios.
8. As propostas serão consideradas completas e suficientes para a execução do objeto licitado, sendo desconsiderada qualquer reivindicação de pagamento adicional devido a erro ou má interpretação de parte da licitante. O valor cotado é de inteira responsabilidade da licitante, devendo observar com rigor, quando da elaboração da proposta, para que não ocorra erros de digitação, especificações incompletas, ou valores cotados erroneamente, estando sujeito à desclassificação da proposta.

16. OS DOCUMENTOS REFERENTES À HABILITAÇÃO:

16.1. A proponente deverá apresentar documentos de Qualificação Técnica, conforme a seguir:

16.1.1. Certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei 12.232/2010, art. 4º e seu parágrafo primeiro, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP);

16.1.2. Declarações expedidas por pessoas jurídicas de direito público ou privado, que atestem que a licitante presta (ou) à declarante serviço de publicidade cujas atividades sejam, pelo menos, similares às do objeto deste Termo de Referência.

17. DISPOSIÇÕES PARA APRESENTAÇÃO DOS INVÓLUCROS

17.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão acondicionada em três invólucros distintos, conforme subitens e a Proposta de Preço, no invólucro nº 04, na data, hora e local indicados no tópico “Reunião de Licitação” previsto para o Edital.

17.2. O invólucro padronizado será fornecido pela Comissão Permanente de Licitação e deverá ser retirado, exclusivamente, pelo representante da agência de publicidade que solicitar formalmente pelo e-mail: mail: licitacao@online.uscs.edu.br A retirada deverá ser feita no setor de Licitação, localizado na Rua Maceió, 177, bairro Barcelona, de segunda a sexta-feira, das 8h às 17h, até o dia anterior da data da sessão pública do certame.

17.3. Os invólucros nº 02, nº 03 e nº 04, serão providenciados pela licitante e deverão ser adequados às características de seu conteúdo, desde que invioláveis quanto às informações

de que tratam até sua abertura.

ATENÇÃO: O invólucro nº 05, contendo os Documentos de Habilitação, deverá ser entregue em sessão pública específica.

17.4. INVÓLUCRO Nº 01

17.4.1.No invólucro nº 01, invólucro padronizado fornecido pela USCS, deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que trata o subitem 14.1..

17.4.2.O invólucro nº 01 deverá estar fechado e sem rubrica.

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

I. Apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite a identificação da licitante antes da abertura do invólucro nº 2;

II. Estar danificado ou deformado pelas peças, materiais e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

Atenção: Recomenda-se cuidado no manuseio do invólucro nº 01, a fim de evitar que qualquer dano ou deformação venha a gerar impedimento em participar desta licitação.

17.5. INVÓLUCRO Nº 02

17.5.1.No invólucro nº 02, deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 14.1.

17.5.3.O invólucro nº 02 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

PROPOSTA TÉCNICA – INVÓLUCRO Nº 2

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA

UNIVERSIDADE MUNICIPAL DE SÃO CAETANO DO SUL

CONCORRÊNCIA Nº ____/2024

EMPRESA: (indicar o nome empresarial da licitante) CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

Email: Telefone:

17.6. INVÓLUCRO Nº 03

17.6.1.No invólucro nº 03, deverão estar acondicionados os cadernos específicos, documentos e informações referentes à Capacidade de Atendimento, Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação. O invólucro nº 03 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

PROPOSTA TÉCNICA – INVÓLUCRO Nº 03

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

UNIVERSIDADE MUNICIPAL DE SÃO CAETANO DO SUL

CONCORRÊNCIA Nº ____/2024

EMPRESA (indicar o nome empresarial da licitante) CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

Email:

Telefone:

17.7.O invólucro nº 03, assim como os cadernos específicos, documentos e informações que o compõem, não poderá ter informação, marca, sinal etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro nº 02.

17.8. INVÓLUCRO Nº 04

17.8.1. O invólucro nº 04 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

PROPOSTA DE PREÇO – INVÓLUCRO Nº 04 UNIVERSIDADE MUNICIPAL DE SÃO CAETANO DO SUL

CONCORRÊNCIA Nº ____/2024

EMPRESA (indicar nome empresarial da licitante) CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

Email:

Telefone:

18. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

18.1.O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de TÉCNICA E PREÇO, nos termos do art. 5º da Lei 12.232/2010 e o art. 6, Inciso XXXVIII, alínea “c” da Lei Federal nº 14.133/2021.

18.2. O julgamento das Propostas Técnicas será realizado pela Subcomissão Técnica, prevista no item 32, que julgará conforme os seguintes atributos dos quesitos e subquesitos desenvolvidos pela licitante:

19. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

a) Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão sobre:

I. Características da USCS e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;

II. Natureza, extensão e qualidade das relações da USCS com os seus públicos;

III. Papel da USCS no atual contexto social, político e econômico.

b) Estratégia de Comunicação Publicitária

I. Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da USCS e ao desafio de comunicação;

II. Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;

III. Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da USCS com seus públicos;

IV. Adequação e exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta para asolução do desafio de comunicação;

V. Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;

VI. Capacidade de articular os conhecimentos sobre a USCS, o desafio de comunicação a ser enfrentado, os públicos, os objetivos de comunicação e a verba disponível.

c) Ideia Criativa

I. Adequação ao desafio de comunicação;

- II. Adequação à Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida pela licitante;
- III. Adequação ao universo cultural do público-alvo;
- IV. Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- V. Originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- VI. Simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- VII. Pertinência às atividades de comunicação da USCS, assim como sua inserção na sociedade;
- VIII. Desdobramentos comunicativos que enseja conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados;
- IX. Exequibilidade das peças e/ou materiais;
- X. Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou nos materiais aos meios e aos públicos propostos.

d) Estratégia de Mídia e Não Mídia

- I. Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público-alvo;
- II. Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- III. Consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou dos materiais em relação aos dois subitens anteriores;
- IV. Pertinência e oportunidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da USCS;
- V. Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou materiais;
- VI. Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

20. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

- a) Porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b) Experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- c) Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da USCS;
- d) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- e) Operacionalidade do relacionamento entre a USCS e a licitante, esquematizado na proposta;

21. REPERTÓRIO

- a) Ideia criativa e sua pertinência;
- b) Qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material;
- c) Clareza da exposição das informações prestadas.

22. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

- a) Evidência de planejamento publicitário;
- b) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- c) Relevância dos resultados apresentados;

d) Concatenação lógica da exposição.

23. A nota da **Proposta Técnica** está limitada ao **máximo de 60 (sessenta) pontos** e será apurada considerando as seguintes pontuações máximas de cada quesito e subquesito:

- I. Plano de Comunicação Publicitária 30 (trinta) pontos divididos da seguinte forma:
 - a) Raciocínio Básico: 5 (cinco)
 - b) Estratégia de Comunicação Publicitária: 10 (dez)
 - c) Ideia criativa: 10 (dez)
 - d) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 5 (cinco)
- II. Capacidade de Atendimento: 20 (vinte)
- III. Repertório: 5 (cinco)
- IV. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 5 (cinco)

24. Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais com justificativas razões que fundamentaram, a cada um dos quesitos e subquesitos, de acordo com a pontuação máxima prevista, obedecidos intervalos de 0,5 (meio) ponto.

24.1. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos a ele ou a seus subquesitos pelos membros da Subcomissão Técnica.

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

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

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

27. Será desclassificada a licitante que:

- I. Não observar as determinações e as exigências do Edital;
- II. Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos de sua Proposta Técnica;
- III. Não alcançar, no julgamento de sua Proposta Técnica, a nota mínima de 50 (cinquenta) pontos;
- IV. Tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas.

28. Será considerada mais bem classificada, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior nota, observadas as condições mínimas indicadas.

28.1. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das licitantes mais bem classificadas nesta fase, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos subquesitos Ideia Criativa, Estratégia de Comunicação Publicitária,

Estratégia de Mídia e Não Mídia e nos quesitos Capacidade de Atendimento, Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e Repertório.

28.2. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão, ou em ato público marcado pela Comissão, para o qual serão convidadas todas as licitantes.

28.3. Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas Técnicas a licitante mais bem classificada na Proposta Técnica.

29. JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

29.1. Na sessão pública designada pela Comissão de Licitações serão abertos os Invólucros nº 04 – Proposta Comercial que serão rubricados pela Comissão de Licitação e pelas agências presentes.

29.2. O julgamento da proposta de preços será realizado pela Comissão Permanente de Licitação e terá nota máxima de 40 (quarenta) pontos, considerados os seguintes fatores:

29.2.1. Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de preços de São Paulo, sendo:

- I. Desconto de 10% = 4 pontos
- II. Desconto de 20% = 6 pontos
- III. Desconto de 30% = 8 pontos
- IV. Desconto de 40% = 10 pontos
- V. Desconto de 50% = 20 pontos

29.2.2. Percentual de honorários referentes à produção de peças e materiais, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros (sobre a comissão de 15%), sendo:

- I. Desconto acima de 10,00% = 0
- II. Desconto entre 10,00 e 8,00% = 5 pontos
- III. Desconto entre 7,99 e 7,00% = 10 pontos
- IV. Desconto entre 6,99 e 5,00% = 15 pontos
- V. Desconto entre 4,99 e 1,00% = 20 pontos

29.3. Será desclassificada a Proposta de Preços que:

29.3.1. Não atender às exigências do Edital e de seus anexos, que apresentar descontos baseados em outra proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços ou, ainda, a proposta considerada como inexecutável;

29.3.2. Apresentar 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 agência;

29.3.3. Os quesitos de descontos a serem valorados são os integrantes da Proposta Comercial, conforme modelo previsto em Edital.

29.3.4. A nota final de cada Proposta de Preços será obtida mediante a soma das notas dos quesitos constantes nos itens 29.2.1. e 29.2.2.

30. NOTA FINAL

30.1. Será considerada vencedora a licitante que obtiver a maior nota final, aferida de acordo com a aplicação do seguinte cálculo:

NOTA FINAL = NOTA PONTUAÇÃO TÉCNICA (6) + NOTA PONTUAÇÃO DE PREÇO (4)

10

30.2. Em caso de empate, a classificação se fará por sorteio, em ato público, marcado pela Comissão Permanente de Licitação.

31. Até a assinatura do instrumento de contrato a Universidade Municipal de São Caetano do Sul poderá desclassificar, por despacho devidamente fundamentado, qualquer proponente sem que lhe caiba indenização ou ressarcimento, sem prejuízo de sanções cabíveis, havendo conhecimento de qualquer fato ou circunstância anterior ou posterior ao julgamento da licitação, que desabone sua idoneidade ou capacidade financeira, técnica ou administrativa.

32. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

32.1. A Concorrência será processada e julgada pela Comissão, na forma do art. 10 da Lei 12.232/10, com exceção da análise e do julgamento das Propostas Técnicas, que serão julgadas pela subcomissão técnica, a qual será constituída por meio do processo administrativo de Chamamento Público, nos moldes da Lei nº 12.232/10.

33. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

33.1. As licitantes cujas Propostas Técnica e de Preço tenham sido classificadas deverão entregar os Documentos de Habilitação no dia, hora e local estipulados pela Comissão de Contratação.

33.2. A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de todas as Propostas de Preço serem desclassificadas ou de todas as licitantes serem inabilitadas, a Comissão poderá fixar as licitantes o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de novos documentos ou de outras propostas escoimadas das causas que tenham determinado, respectivamente, a desclassificação ou a inabilitação.

33.3. Os Documentos de Habilitação deverão estar acondicionados no invólucro nº 05, que deverá ser apresentado fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO – INVÓLUCRO Nº 05 UNIVERSIDADE MUNICIPAL DE SÃO CAETANO DO SUL

CONCORRÊNCIA Nº ____/2024

EMPRESA: (indicar o nome empresarial da licitante) CNPJ: (indicar o CNPJ da licitante)

Email:

Telefone:

33.4. O invólucro nº 05 será providenciado pela licitante e deverá ser adequado às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

33.5. Os Documentos de Habilitação deverão ser apresentados em uma única via, acondicionados em caderno único, ter todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante, a partir da primeira página interna.

34. Adequação orçamentária, quando não se tratar de sistema de registro de preços:

- a. Não se aplica por se tratar de contratação que se assemelha ao formato de Registro de Preços.

ANEXO X MAPA DE GERENCIAMENTO DE RISCOS

Contratação de agência de publicidade e propaganda para prestação de serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas da USCS – Universidade Municipal de São Caetano do Sul.

INTRODUÇÃO

O gerenciamento de riscos permite ações contínuas de planejamento, organização e controle dos recursos relacionados aos riscos que possam comprometer o sucesso da contratação, da execução do objeto e da gestão contratual.

O Mapa de Gerenciamento de Riscos deve conter a identificação e a análise dos principais riscos, consistindo na compreensão da natureza e determinação do nível de risco, que corresponde à combinação do impacto e de suas probabilidades que possam comprometer a efetividade da contratação, bem como o alcance dos resultados pretendidos pela USCS.

Para cada risco identificado, define-se: a probabilidade de ocorrência dos eventos, os possíveis danos e impacto caso o risco ocorra, possíveis ações preventivas e de contingência (respostas aos riscos), a identificação de responsáveis pelas ações, bem como o registro e o acompanhamento das ações de tratamento dos riscos.

Após a identificação e classificação, deve-se executar uma análise qualitativa e quantitativa. A análise qualitativa dos riscos é realizada por meio da classificação escalar da probabilidade e do impacto, conforme tabela de referência a seguir:

Classificação	Valor
Baixo	5
Médio	10
Alto	15

Tabela 1: Escala de classificação de probabilidade e impacto.

Descrição dos impactos:

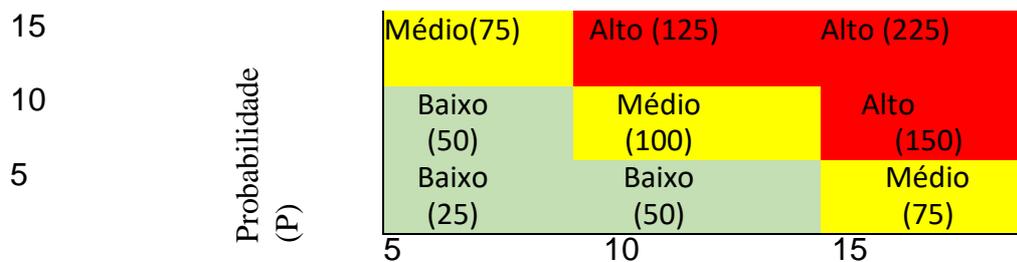
Baixo: Danos que não comprometem o processo/serviço. Devem ser catalogados nos relatórios pós-contratuais com vistas a novo planejamento.

Médio: Danos que comprometem parcialmente o processo/serviço, atrasando-o ou interferindo em sua qualidade.

Alto: Danos que comprometem a essência do processo/serviço, impedindo-o de seguir seu curso.

A análise quantitativa dos riscos consiste na classificação conforme a relação entre a probabilidade e o impacto, tal classificação resultará no nível do risco e direcionará as ações relacionadas aos riscos durante a fase de planejamento e gestão do contrato.

A tabela abaixo apresenta a Matriz Probabilidade x Impacto, instrumento responsável pela definição dos critérios quantitativos de classificação do nível de risco.



O produto da probabilidade pelo impacto de cada risco deve ser enquadrar em uma região da matriz probabilidade x impacto. Caso o risco enquadre-se na região verde, seu nível de risco é entendido como baixo, logo admite-se a aceitação ou adoção das medidas preventivas.

Caso o produto da probabilidade pelo impacto esteja na região amarela, entende-se como médio; e na região vermelha como nível de risco alto. Nos casos de risco classificados como médio e alto, serão adotadas as medidas preventivas previstas.

IDENTIFICAÇÃO E ANÁLISE DOS PRINCIPAIS RISCOS

A tabela a seguir apresenta síntese dos riscos identificados e classificados neste documento.

Id	Risco	Relacionado ao(à) ¹	P ²	I ³	Nível de Risco (P x I) ⁴
1	Má elaboração do planejamento da contratação	Planejamento da contratação	5	10	50
2	Subestimar prazos para atendimento de requisitos processuais	Planejamento da contratação	10	15	150
3	Insuficiência de informações para elaboração do briefing	Planejamento da contratação	5	15	75
4	Atraso na fase de planejamento e seleção do fornecedor	Planejamento da contratação	5	15	75
5	Ausência de licitantes	Seleção de fornecedor	5	10	50
6	Conluio entre licitantes	Seleção de fornecedor	5	15	75
7	Contratação de fornecedor com baixa qualificação técnica	Seleção de fornecedor	5	5	25
8	Não assinatura de contrato e/ou não início dos serviços no prazo estipulado	Gestão do contrato	5	15	75
9	Falta de pessoal técnico na fiscalização do contrato	Gestão do contrato	5	15	75
10	Entrega de nota fiscal fora do prazo	Gestão de contrato	10	5	50
11	Decretação de recuperação judicial da empresa	Gestão de contrato	5	15	75
12	Problemas com a validade das certidões da empresa	Gestão de contrato	5	10	50

Legenda: P – Probabilidade; I – Impacto.

1 A qual natureza o risco está associado: fases do Processo da Contratação ou Solução Tecnológica.

2 Probabilidade: chance de algo acontecer, não importando se definida, medida ou

determinada objetiva ou subjetivamente, qualitativa ou quantitativamente, ou se descrita utilizando-se termos gerais ou matemáticos (ISO/IEC 31000:2009, item 2.19).

3 Impacto: resultado de um evento que afeta os objetivos (ISO/IEC 31000:2009, item 2.18).

4 Nível de Risco: magnitude de um risco ou combinação de riscos, expressa em termos da combinação das consequências e de suas probabilidades (ISO/IEC 31000:2009, item 2.23 e IN SGD/ME nº 1, de 2019, art. 2º, inciso XIII).

3 – AVALIAÇÃO E TRATAMENTO DOS RISCOS IDENTIFICADOS

Riscos do processo de contratação (planejamento, seleção de fornecedores e gestão do contrato), ou qualquer outro risco relevante relacionado à solução de Tecnologia da Informação e Comunicação identificados.

Para o tratamento de riscos, as seguintes opções podem ser selecionadas: evitar, reduzir ou mitigar, transferir ou compartilhar, e aceitar ou tolerar o risco.

A seguir são apresentados alguns riscos meramente exemplificativos.

Risco 01	Risco:	Má elaboração do planejamento da contratação	
	Probabilidade:	Baixo	
	Impacto:	Médio	
	Dano 1:	Não atingir os resultados esperados	
	Tratamento:	Mitigar.	
	Id	Ação Preventiva	Responsável
	1	Possibilitar desempenho adequado da equipe de Planejamento da Contratação	Equipe de Planejamento da contratação
	Id	Ação de Contingência	Responsável
1	Abrir novo procedimento licitatório	Equipe de Planejamento da Contratação	

Risco 02	Risco:	Subestimar prazos para atendimento de requisitos processuais	
	Probabilidade:	Médio	
	Impacto:	Alto	
	Dano 1:	Descontinuidade dos serviços.	
	Tratamento:	Mitigar.	
	Id	Ação Preventiva	Responsável
	1	Comprometimento da equipe de Planejamento de Contratação no sentido de dar maior celeridade aos trâmites processuais	Equipe de Planejamento da Contratação
Id	Ação de Contingência	Responsável	

1	Abrir novo procedimento licitatório: contratação emergencial	Equipe de Planejamento da Contratação
---	--	---------------------------------------

Risco 03	Risco:	Insuficiência de informações para elaboração do briefing	
	Probabilidade:	Baixo	
	Impacto:	Alto	
	Dano 1:	Descumprimento de prazos	
	Tratamento:	Mitigar.	
	Id	Ação Preventiva	Responsável
1	Elaboração de briefing detalhado que permita às licitantes a elaboração adequada de plano de comunicação para fins de avaliação na concorrência.	Equipe de Planejamento da Contratação	
Id	Ação de Contingência	Responsável	
1	Publicação de errata do briefing com inclusão das informações necessárias para correta elaboração do plano de comunicação por parte das licitantes	Equipe de Planejamento da Contratação	

Risco 04	Risco:	Atraso na fase de planejamento e seleção do fornecedor	
	Probabilidade:	Baixa	
	Impacto:	Alto	
	Dano 1:	Atraso na conclusão do processo licitatório.	
	Tratamento:	Mitigar.	
	Id	Ação Preventiva	Responsável
	1	Cumprir os prazos propostos.	Comissão de Planejamento, área demandante, GER ADM, ASS JUR, Pregoeiro/agente de contratação
	2	Reunião com os setores responsáveis para análise dos documentos necessários à contratação da nova empresa, a fim de acelerar o processo licitatório.	
	3	Acompanhamento de todas as fases (interna e externa) do procedimento de contratação da nova empresa.	
Id	Ação de contingência	Responsável	
1	Destacar o processo licitatório da agência de publicidade como alta prioridade, destacando servidores (equipe de planejamento) e setores em alerta para o cumprimento dos prazos.	Reitoria	

Risco 05	Risco:	Ausência de licitantes	
	Probabilidade:	Baixa	
	Impacto:	Média	
	Dano 1:	Descontinuidade dos serviços.	
	Tratamento:	Mitigar.	
	Id	Ação Preventiva	Responsável
	1	Publicação do Edital.	Servidor responsável designado pela Diretoria Administrativa
2	Divulgação do Edital nos meios especializados de comunicação	Equipe de planejamento	
Id	Ação de Contingência	Responsável	
1	Consulta ao mercado para identificar problemas do Edital e republicação da concorrência	Equipe de Planejamento da contratação	

Risco 06	Risco:	Conluio entre Licitantes	
	Probabilidade:	Baixa	
	Impacto:	Alto	
	Dano 1:	Ausência de competitividade. Prática de preço abusivo.	
	Tratamento:	Mitigar.	
	Id	Ação Preventiva	Responsável
	1	Descrever, de forma clara, no instrumento convocatório, as práticas condenáveis tendentes a prejudicar a concorrência no certame, bem como as sanções aplicáveis aos participantes da licitação.	Equipe de Planejamento da contratação
Id	Ação de Contingência	Responsável	

Risco 07	Risco:	Contratação de fornecedor com baixa qualificação técnica	
	Probabilidade:	Baixa	
	Impacto:	Baixo	
	Dano 1:	Baixo	
	Tratamento:	Mitigar.	
	Id	Ação Preventiva	Responsável
	1	Notificar empresa para que cumpra os requisitos definidos no Edital.	Gestor do contrato
2	Notificar área demandante para que providencie documentação necessária para contratação emergencial	Gestor do contrato	
Id	Ação de Contingência	Responsável	

	1	Aplicação de penalidades	Gestor do contrato
	2	Rescisão contratual	Gestor do contrato
	3	Contratação emergencial para evitar a descontinuidade da prestação do serviço	Reitoria
	4	Realizar novo processo licitatório para contratação do serviço	Equipe de Planejamento e Contratação

Risco 08	Risco:	Não assinatura de contrato e/ou não início dos serviços no prazo estipulado	
	Probabilidade:	Baixa	
	Impacto:	Alto	
	Dano 1:	Não execução do objeto contratado e/ou atraso no prazo estipulado	
	Tratamento:	Mitigar.	
	Id	Ação Preventiva	Responsável
	1	Especificações do serviço e dos prazos de forma clara e objetiva no Edital.	Elaborador do Edital
	2	Prorrogação do prazo estipulado diante de justificativa apresentada e aceita pela USCS.	
	Id	Ação de Contingência	Responsável
	1	Convocar o segundo colocado.	Comissão de contratação
2	Prorrogação do contrato atual até o prazo necessário à assinatura do contrato e/ou início do serviço.	Reitoria.	

Risco 09	Risco:	Falta de pessoal técnico na fiscalização do contrato	
	Probabilidade:	Baixa	
	Impacto:	Alto	
	Dano 1:	Falta de comprometimento na aferição dos serviços.	
	Dano 2:	Atrasos na emissão do termo de recebimento dos serviços.	
	Dano 3:	Não prestação do serviço ou prestação do serviço com baixa qualidade.	
	Tratamento:	Mitigar.	
	Id	Ação Preventiva	Responsável
	1	Treinar novos fiscais de contrato (gestor e fiscal administrativo).	

	2	Realizar, periodicamente, treinamento para capacitação em fiscalização de contratos.	Diretoria Administrativa
	Id	Ação de Contingência	Responsável
	1	Nomear novos fiscais de contrato.	Reitoria

Risco 10	Risco:	Entrega de nota fiscal fora do prazo		
	Probabilidade:	Média		
	Impacto:	Baixo		
	Dano 1:	Pagamento fora do prazo contábil e acúmulo de Notas para pagamento.		
	Tratamento:	Mitigar.		
		Id	Ação Preventiva	Responsável
		1	Prever prazos no contrato de forma clara e objetiva, além de realizar a cobrança via e-mail, se necessário, para cumprimento dos termos do Edital.	Gestor do contrato e elaborador do Edital
	Id	Ação de Contingência	Responsável	
	1	Definição de prazo improrrogável para a apresentação da NotaFiscal.	Gestor do contrato	

Risco 11	Risco:	Decretação de recuperação judicial da empresa	
	Probabilidade:	Baixa	
	Impacto:	Alto	
	Dano 1:	Descontinuidade da prestação do serviço	
	Tratamento:	Mitigar.	
	Id	Ação Preventiva	Responsável
	1	Acompanhamento da situação fiscal da empresa prestadora do serviço	Gestor do contrato
	Id	Ação de Contingência	Responsável
	1	Contratação, em caráter emergencial de nova empresa e efetuar novo processo de contratação, utilizando o registro de ocorrências e a experiência adquirida no processo de gestão do contrato, visando melhorar o estudo preliminar e o edital para a nova contratação	Reitoria

Risco 12	Risco:	Problemas com a validade das certidões da empresa	
	Probabilidade:	Baixa	
	Impacto:	Médio	
	Dano 1:	Pagamento fora do prazo contábil e acúmulo de notas para pagamento.	
	Tratamento:	Mitigar.	
		Id	Ação Preventiva

1	Prever a indispensabilidade de apresentação de certidões válidas no contrato e termo de referência.	Gestor do contrato e elaborador do Termo de Referência
Id	Ação de Contingência	Responsável
1	Definição de prazo para atualização das certidões a fim de garantir a regularidade dos documentos.	Gestor do contrato

5- APROVAÇÃO E ASSINATURA

O Mapa de Gerenciamento de Riscos deve ser assinado pelos Integrantes da unidade demandante, nas fases de Planejamento da Contratação e de Seleção de Fornecedores, e pela Equipe de Fiscalização e Gestão do Contrato.

RESPONSÁVEIS:

- Joaquim Celso Freire
- Fernando Scarmelloti
- Luciano da Cruz

São Caetano do Sul, maio de 2024.

ANEXO XI
ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR
CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

1. INFORMAÇÕES BÁSICAS

Número do Processo: 343/2024

Solicitante: UNIVERSIDADE MUNICIPAL DE SÃO CAETANO DO SUL – USCS

Descrição do Objetivo: Contratação de agência de publicidade e propaganda para prestação de serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas da Universidade Municipal de São Caetano do Sul – USCS, conforme as condições e as especificações constantes no ETP e em seus anexos.

2. IDENTIFICAÇÃO DOS SERVIDORES

- Joaquim Celso Freire
- Fernando Scarmelloti
- Luciano da Cruz

3. INTRODUÇÃO

O presente estudo tem como objetivo analisar os elementos essenciais relacionados à licitação para contratação de serviços de publicidade, prestados por intermédio de agências de publicidade e propaganda, com vistas a melhor atender às necessidades de comunicação publicitária da USCS, bem como promover maior adequabilidade e segurança operacional à execução dos serviços, mitigando eventuais inconsistências com os dispositivos legais e normativos vinculados à matéria.

4. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

Considerando que a USCS está inserida num ambiente operacional bastante competitivo e em constante processo de mudança e inovação, visualizando uma educação global e em rede, é um desafio, que pela sua natureza exige a intensificação de ações de propaganda e marketing, tanto no que diz respeito às estratégias de mídias, quanto à abrangência geográfica das inserções, é necessário a ampliação regional e conquista de espaço em todo território nacional. Utilizando-se de orçamento específico para esse fim, com observância da eficiência e racionalidade na sua aplicação.

A comunicação da USCS baseia-se no princípio constitucional da publicidade, disposto no §1º do artigo 37 da Constituição Federal, que garante o direito da população e o dever do administrador de divulgar os atos praticados pela Administração, a fim de que os cidadãos possam tomar conhecimento e as providências necessárias ao controle da legalidade, da moralidade e da eficiência das atividades da Universidade.

A publicidade dos atos, dos programas, das obras e dos serviços públicos deve ter caráter educativo, informativo ou de orientação social e deve estar vinculada a objetivos sociais e de interesse público, cumprindo a importante função institucional e promoção da transparência e do controle social.

E para desempenhar esse papel de forma adequada e eficaz, observada a legislação em vigor,

em especial a Lei nº 12.232/2010, a USCS necessita aliar as competências de suas equipes internas à expertise de agências de publicidade e propaganda contratadas por meio de processo licitatório, as quais dispõem dos conhecimentos técnicos, profissionais qualificados e instrumentos capazes de oferecer as melhores soluções publicitárias às necessidades de comunicação apresentadas, com vistas a contribuir para o atingimento dos objetivos da instituição.

5. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

5.1 Possibilidades de Contratação

a) ser consideradas contratações similares feitas por outros órgãos e entidades públicas, bem como por organizações privadas, no contexto nacional, com objetivo de identificar a existência de novas metodologias, tecnologias ou inovações que melhor atendam às necessidades da administração;

R - questão respondida no Termo de Referência.

b) ser realizada audiência e/ou consulta pública, na forma presencial ou eletrônica, para coleta de contribuições;

R - não se aplica ao processo por devido a Lei 12232/2010 especifica para a contratação

c) em caso de possibilidade de compra, locação de bens ou de acesso a bens, ser avaliados os custos e os benefícios de cada opção para escolha da alternativa mais vantajosa, prospectando-se arranjos inovadores em sede de economia circular;

R - não se aplica ao processo por devido a Lei 12.232/2010 especifica para a contratação.

d) ser consideradas outras opções logísticas menos onerosas à administração, tais como chamamentos públicos de doação e permutas.

R - não se aplica ao processo por devido a Lei 12.232/2010 especifica para a contratação

5.2. Identificação do objeto

A USCS, no cumprimento de suas atribuições, entre elas a promoção de publicidade de natureza institucional e de utilidade pública, é atendida com apoio técnico de agência de publicidade e propaganda contratada por meio de processo licitatório, para prestação de serviço de publicidade, conceituados nos termos do art. 2º da Lei nº 12.323/2010, como:

“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.”

Também integram o objeto deste Estudo Técnico Preliminar, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) à produção e à execução técnica das peças e projetos criados;
- b) ao planejamento e à execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento relacionados a determinada ação publicitária;
- c) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias desenvolvidas.

As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos terão a finalidade de:

- a)** Gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da USCS, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b)** Aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;
- c)** Possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

5.3 Da natureza continuada dos serviços de publicidade a serem contratados

São objetivos do setor de comunicação, planejar, executar e acompanhar os resultados da política de Comunicação Institucional da USCS, dentre elas a publicidade de natureza institucional e de utilidade pública.

Dessa forma, a interrupção dos serviços de publicidade, prestados por intermédio de agências de propaganda, podem comprometer a execução dos serviços prestados pela Universidade à sociedade, em observância ao princípio da publicidade disposto no §1º do artigo 37 da Constituição Federal, que garante o direito da população e o dever da Administração de divulgar os atos praticados.

É por meio das agências de propaganda contratadas que a USCS obtém os serviços de produção e execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, prestados por fornecedores especializados, com a intermediação e supervisão das agências, bem como realiza a distribuição dessas peças junto aos veículos de comunicação e divulgação, nos termos da Lei nº 4.680/1965 e da Lei nº 12.232/2010. Assim, a interrupção dos serviços de publicidade prestados por intermédio das agências de propaganda deixaria a USCS impedida, temporariamente, de exercer sua missão institucional.

Dessa forma, considerando, ainda, a relevância das ações de publicidade no posicionamento institucional da USCS à sociedade, frente aos desafios e aos problemas que se apresentam no dia a dia, entende-se pertinente manter a previsão no edital da possibilidade de prorrogação dos contratos, por iguais e sucessivos períodos, respeitada a vigência máxima decenal, nos termos do artigo 107, da Lei nº 14.133/2021.

Vale destacar que a prorrogação dos contratos de publicidade, além de não ferir os dispositivos legais vinculados à matéria, vai ao encontro da jurisprudência dos Tribunais de Contas, os quais entendem que a definição de um serviço como sendo continuado depende de suas características específicas, ou seja, depende do exame de cada caso concreto.

Esse entendimento está perfeitamente em linha com a posição do Ministro Emérito do Tribunal de Contas da União Exmº Sr. Ivan Luz, segundo o qual “o primeiro intérprete de tais normas é seu próprio executor, o agente da Administração competente para aplicá-las” (extraído do artigo “A duração dos Contratos de Prestação de Serviços a serem executados de forma contínua”, do eminente Jorge Ulisses Jacoby Fernandes, publicado no Boletim de Licitações e Contratos, fevereiro/1996, página 79, e na Revista do TCU, nº 69, jul/set de 1996).

5.4. Modalidade e Tipo de Licitação

Será adotada na presente contratação a modalidade Concorrência Presencial, e quanto ao tipo de licitação, o art. 6, Inciso XXXVIII Alínea “c” da Lei nº 14.133/2021 determina que o tipo “técnica e preço” são utilizados exclusivamente para serviços de natureza

predominantemente intelectual, e serviços especiais como é o presente caso, ao tempo em que o art. 5º da Lei nº 12.232/2010, que disciplina as licitações e contratações de serviços de publicidade pela Administração Pública, estabelece como obrigatória a adoção dos tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”.

O tipo de modalidade Concorrência Presencial se justifica pelo fato de que a USCS / Município de São Caetano do Sul não possui nenhum software para assegurar a ausência de metadados nos arquivos apócrifos da proposta, que possam identificar os licitantes.

Entende-se ainda pertinente adotar o tipo “técnica e preço”, considerando que esta corresponde aos anseios da USCS, ao possibilitar a contratação da empresa com a melhor qualificação técnica, entre as licitantes concorrentes, e a prática do menor preço na execução contratual, identificado e negociado entre as propostas das empresas tecnicamente classificadas.

Dessa forma, a presente contratação apresenta enquadramento para adoção da “técnica e preço”, na medida em que, além de envolver um valor contratual expressivo, está vinculada a uma atuação publicitária abrangente, dados os públicos-alvo das ações a serem desenvolvidas, as praças a serem atingidas e os diversos meios de comunicação a serem utilizados.

5.5. Comissões de Julgamento

De acordo com a Lei nº 12.232/2010, os trabalhos das diversas fases do certame estarão a cargo da:

- Comissão de Contratação, a ser constituída e nomeada de acordo com as regras vigentes na instituição e designada, para administrar todo o processo licitatório;
- Subcomissão Técnica, a ser constituída e designada exclusivamente para o julgamento das Propostas Técnicas, de acordo com o previsto no § 1º e 2º do art. 10 da Lei nº 12.232/2010, a ser 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 o órgão ou a entidade responsável pela licitação.

5.5.1. *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 o órgão ou a entidade responsável pela licitação.*

5.5.2. *A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação 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 nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.*

Serão adotadas providências para o cadastramento de 9 (nove) nomes a serem submetidos a sorteio dos membros da Subcomissão Técnica, nos termos da Lei nº 12.232/2010, sendo a ordem de suplência sorteada entre os demais nomes remanescentes, para convocação nos eventuais casos de impedimento de algum dos titulares.

5.6. Da Habilitação das Licitantes

Para participarem no presente certame, a exemplo das contratações vigentes e anteriores, as agências de propaganda licitantes deverão apresentar documentos e declarações que comprovem sua habilitação jurídica, sua regularidade fiscal e trabalhista, sua qualificação técnica e sua qualificação econômico-financeira, nos termos previstos nos dispositivos legais e normativos atinentes à matéria.

5.7. Apresentação e Julgamento da Proposta Técnica

No âmbito de uma licitação do tipo "técnica e preço", como é o caso da presente contratação de serviços de publicidade, as Propostas Técnicas a serem apresentadas pelas licitantes constituem o elemento primordial do procedimento de seleção, na medida em que é por meio delas que as agências de propaganda comprovarão a sua qualificação e expertise para atendimento das necessidades de comunicação do contratante.

De acordo com o artigo 6º, inciso IX, da Lei nº 12.232/2010 o formato para apresentação pelas licitantes do Plano de Comunicação Publicitária será padronizado quanto a seu tamanho, fontes tipográficas, espaçamento de parágrafos, quantidades e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes, visando assegurar a inviolabilidade da autoria do quesito mais importante da Proposta Técnica.

A proposta técnica será composta de um plano de comunicação publicitária, pertinente às informações expressas no briefing e de um conjunto de informações referentes ao proponente. Esse conjunto de informações será composto de quesitos destinados a avaliar a capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes.

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

- a) Plano de Comunicação Publicitária compreende: Raciocínio Básico; Estratégia de Comunicação Publicitária; Ideia Criativa; Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- b) Capacidade de Atendimento
- c) Repertório
- d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

A metodologia de julgamento das Propostas Técnicas, que determina a elaboração de justificativas escritas das razões que fundamentam as pontuações, se adequa com as regras da Lei nº 14.133/2021 e da Lei nº 12.232/2010 (art. 11, § 4º, inciso IV e VI), fornecendo, assim, condições para um controle mais efetivo dos atos da Subcomissão Técnica, pelos órgãos de controle, e pelas empresas concorrentes do certame.

A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 60 (sessenta) pontos e será apurada considerando as seguintes pontuações máximas de cada quesito e subquesito:

- I) Plano de Comunicação Publicitária 30 (trinta) dividido da seguinte forma:
 - a) Raciocínio Básico: 5 (cinco)
 - b) Estratégia de Comunicação Publicitária: 10 (dez)
 - c) Ideia criativa: 10 (dez)
 - d) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 5 (cinco)
- II) Capacidade de Atendimento: 20 (vinte)

III) Repertório: 5 (cinco)

IV) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 5 (cinco)

5.8. Apresentação e Julgamento da Proposta de Preços

Para a Proposta de Preços deverão ser observadas as práticas de mercado, conforme estabelece o inciso V do art. 6º da Lei nº 12.232/2010.

A proposta de preços abrange os descontos que serão oferecidos pelos licitantes relativos a custos internos da agência, bem como os honorários a serem cobrados do contratante, referentes à produção de peças e materiais incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros.

A proposta deverá ser apresentada em 01 (uma) via original, sem emendas, rasuras, corretivos ou entrelinhas, com suas folhas rubricadas e a última contendo data, assinatura e identificação do signatário, que obrigatoriamente deverá possuir capacidade para o ato.

No valor proposto deverão estar computados todos os valores necessários para o atendimento do objeto da presente licitação, tais como tributos, encargos diretos e indiretos, encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais, comerciais, taxas e tarifas, fretes, seguro, custos inerentes à aquisição, transporte, armazenamento e utilização de materiais a serem empregados na execução dos serviços.

As propostas serão consideradas completas e suficientes para a execução do objeto licitado, sendo desconsiderada qualquer reivindicação de pagamento adicional devido a erro ou má interpretação de parte da licitante. O valor cotado é de inteira responsabilidade da licitante, devendo observar com rigor, quando da elaboração da proposta, para que não ocorra erros de digitação, especificações incompletas, ou valores cotados erroneamente, estando sujeito à desclassificação da proposta.

A Proposta de Preços DEVERÁ conter, sob pena de desclassificação:

- a) O desconto sobre os custos internos de produção da própria licitante, apurado em relação à tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo (SINAPRO) conforme consta no processo deste Estudo Técnico Preliminar;
- b) O honorário a ser concedido na remuneração de 5% (cinco por cento) sobre a contratação de serviços de terceiros no processo de produção;
- c) O prazo de validade, que não poderá ser inferior a 60 (sessenta) dias, contados da data da entrega dos envelopes.
- d) A licitante fará jus ao honorário de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei no 4.680/65 e com o artigo 7º do Regulamento para a execução da Lei nº 4.680/65 (Decreto nº 57.690/66). O desconto é concedido à licitante pela concepção, execução e/ou distribuição de publicidade por ordem e conta da contratante nos termos do art.19 da Lei 12.232/2010.

5.9. Duração do Contrato

A duração inicial da presente contratação terá o período de 12 (doze) meses, o qual poderá ser prorrogado, mediante acordo entre as partes, por iguais e sucessivos períodos, com vistas à obtenção de preços e condições mais vantajosas para a Administração, respeitada a vigência máxima decenal.

5.10. Condições Contratuais

As cláusulas dispostas na minuta do contrato observarão as determinações da Lei nº 12.232/2010 e buscarão contemplar o maior detalhamento possível das condições a serem estabelecidas no relacionamento com a agência, dadas as características da atividade publicitária e as exigências legais as quais se submetem.

Visando aperfeiçoar os dispositivos contratuais, em face das necessidades da USCS frente às novas tendências do mercado publicitário, a agência ficará à disposição do setor de comunicação na medida em que a proximidade pode ser adequadamente obtida com os recursos digitais disponíveis que apoiam o atendimento e o relacionamento, sem gerar prejuízos aos serviços prestados. Contudo, a licitante vencedora deverá ter 1 (um) profissional para o setor de atendimento.

Ainda, com vistas a garantir excelência na prestação dos serviços, além de um preposto, devem ser estabelecidos os perfis de profissionais e seus quantitativos para composição de uma equipe mínima para atendimento imediato à USCS.

Dessa forma, os serviços a serem prestados devem ser claramente estabelecidos no termo contratual, sendo as condições de sua operacionalização definidas pela própria agência contratada, a seu critério ou em comum acordo, conforme a especificidade de cada serviço.

Destaca-se que os resultados de uma ação não estão diretamente relacionados com o desempenho da agência contratada, na medida em que fatores externos (cenário vivenciado pelo país, convicção ideológica do cidadão, postura de servidores no atendimento ao público etc.) também interferem no grau de atingimento dos objetivos de uma campanha, independentemente da qualidade técnica da ação de publicidade e dos serviços prestados.

Dessa forma, não seria correto condicionar o pagamento integral da remuneração da agência aos resultados obtidos com a campanha, nem à qualidade técnica das ações publicitárias, pelos motivos acima expostos.

No entanto, o desempenho global da contratada é periodicamente avaliado e a execução dos serviços é acompanhada e fiscalizada pelo gestor e fiscal do contrato, para o fiel cumprimento das cláusulas contratuais.

6 – LEVANTAMENTO DE MERCADO

O objeto de contrato de serviços de publicidade está disciplinado pela Lei nº 12.232/2010 e encontra-se claramente definido no seu art. 2º. A solução a ser contratada atende plenamente às necessidades da Universidade Municipal de São Caetano do Sul, sendo a publicidade uma das ferramentas de comunicação social, disposto no §1º do artigo 37 da Constituição Federal, que garante o direito da população e o dever do administrador de divulgar os atos praticados pela Administração, a fim de que os cidadãos possam tomar conhecimento e as providências necessárias ao controle da legalidade, da moralidade e da eficiência das atividades da USCS.

Para a contratação pretendida foram analisados processos similares feitos por outros órgãos e entidades com objetivo de identificar a existência de novas metodologias, tecnologias ou inovações que melhor atendam às necessidades da USCS.

Por fim, no âmbito da presente contratação, a cotação dos preços praticados por empresas do mercado segue o que determina a tabela SINAPRO-SP sobre valores referenciais de serviços.

Os critérios gerais seguem as normas editadas pelo CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, bem como a legislação que rege a propaganda, particularmente a Lei nº 4.680 de 18/06/1965, e os Decretos nº 57.690 de 1º/02/1966 e nº 2.262 de 26/06/1997.

7 - DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

Nos termos do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, o objeto de um contrato de serviços de publicidade envolve:

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.

O §1º do mesmo artigo estabelece que nessas contratações possam ser incluídos os seguintes serviços especializados, como atividades complementares:

- 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.*

De acordo com o §2º do mesmo artigo, os contratos de serviços de publicidade terão como objeto somente as atividades descritas acima, sendo 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.

Quanto às pesquisas e avaliações previstas no inciso I, acima descrito, o art. 3º da mesma Lei torna passível de execução apenas àquelas que tenham finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas na execução contratual, sendo vedada a inclusão de qualquer matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação de publicidade ou com o objeto do contrato.

Deste modo, a partir dos estudos realizados, constata-se que, para a descrição da solução como um todo, pode-se afirmar que a propensa contratação será operacionalizada nos moldes até aqui estabelecidos pela USCS, com destaque aos pontos abaixo discriminados:

Executar os serviços diretamente, com seus próprios recursos, operando como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

I) Os serviços deverão ser executados por meio dos profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na Proposta Técnica apresentada, admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior mediante comunicação prévia à USCS.

II) Executar todos os serviços de acordo com os prazos e as demais especificações

estipuladas pela USCS.

III) A agência poderá intermediar a contratação de veículos de divulgação e, quando necessários, à execução das atividades complementares (fornecedores de serviços especializados).

IV) A contratação de veículos de divulgação e de fornecedores de serviços especializados deverá ser submetida à prévia e expressa autorização da USCS e implica a atuação da agência por conta e ordem da instituição.

V) A USCS deverá ser previamente identificada pela agência no ato de contratação de veículos de divulgação.

VI) Efetivar as operações de pagamento referentes aos serviços prestados por veículos ou fornecedores de serviços especializados, operação que deverá ser realizada em até 5 (cinco) dias úteis do recebimento do pagamento realizado pela USCS.

VII) Contratar, administrar, executar e fiscalizar os contratos firmados com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação – inclusive quando decorrentes de cotações realizadas pela USCS, respondendo pelos efeitos destes acordos, incluídos os danos e os prejuízos, diretos ou indiretos, decorrentes de sua culpa.

VIII) As alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços contratados deverão ser tempestiva e formalmente comunicados à USCS, devendo a agência adotar providências imediatas para solucionar a pendência.

IX) A culpa do fornecedor de serviços especializados, do veículo de distribuição ou da agência, que repercuta na plena execução dos serviços contratados, implica a revisão das obrigações e dos pagamentos dos contratos por esta firmados, na medida das consequências do ato nos serviços acordados.

X) Orientar a produção, a impressão e a distribuição das peças gráficas conforme aprovação do setor de Comunicação da USCS e atestar a conformidade deste material com as especificações contidas no documento de autorização da ação.

XI) Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos de comunicação.

XII) Pertencem a USCS, devendo-lhes ser transferidas, as vantagens obtidas em negociação com fornecedores de serviços especializados e com veículos de divulgação realizada diretamente ou por intermédio da contratada, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo, excluídos os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à agência, nos termos do art. 18 da Lei 12.232/2010.

XIII) A agência não poderá sobrepor os planos de incentivo aos interesses da USCS, 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.

XIV) Nos casos de reutilizações de peças publicitárias da USCS, a agência deverá negociar sempre as melhores condições de preço.

XV) Observar as seguintes condições para o fornecimento de serviços especializados a USCS, com exceção à compra de mídia:

- a) Fazer cotações prévias de preços para os serviços a serem prestados por fornecedores, com exceção à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado;
- b) Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados no município de São Caetano do Sul ou eventual sistema que venha a substituir tal cadastro,

que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, com exceção à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializados;

- c) A impossibilidade de obter as 3 (três) cotações, deverá ser previamente justificada a USCS, por escrito, para decisão sobre a contratação.

XVI) Exigir do fornecedor que a cotação seja em papel timbrado e que:

- a) Contenha a identificação do fornecedor (com, pelo menos, nome completo, CNPJ ou CPF, endereço e telefone) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;
- b) Detalhe dos produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, suas especificações;
- c) Seja apresentada juntamente com os comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – no 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.

XVII) Quando o fornecimento de serviços tiver valor superior a 0,5% (meio por cento) do valor global deste contrato, a agência coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da USCS.

XVIII) A USCS procederá a verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado, sendo que:

- a) Se e quando julgar conveniente, a USCS poderá realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

XIX) Encaminhar em arquivo digital, após a aprovação do serviço pela USCS e sem ônus para esta, cópias de peças produzidas (tv e cinema, internet, rádio, mídia impressa e materiais publicitários – sendo essas últimas uma cópia aberta e uma cópia fechada, desde que não seja para uso em veiculação de mídia paga).

XX) Os arquivos contendo as cópias das peças produzidas deverão ser apresentados nos formatos definidos pela USCS.

XXI) Disponibilizar à USCS informações que forem solicitadas a respeito da mídia utilizada.

XXII) Entregar a USCS cópia dos comprovantes de pagamentos feitos a fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento realizado pela USCS.

XXIII) Entregar a USCS, em meio eletrônico e em meio impresso, até o dia 10 de cada mês, um relatório total (mês a mês) de despesas com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação com o respectivo acompanhamento de seus pagamentos.

XXIV) Elaborar, sempre que solicitado pela USCS, estudo de práticas e investimentos em mídia que vêm sendo empregadas.

XXV) Prestar esclarecimentos à USCS sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a agência, independentemente de solicitação.

XXVI) Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto licitado, 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.

XXVII) A Contratada é responsável por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

XXVIII) Sempre que solicitado pela USCS, a Contratada deverá apresentar a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciárias e fiscais.

XXIX) A Contratada se responsabiliza 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.

XXX) Obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento dos serviços.

XXXI) A Contratada também responderá por qualquer ação judicial que tenha por fundamento a legislação trabalhista ou de proteção aos direitos autorais ou à propriedade intelectual, devendo adotar providências no sentido de preservar a USCS e de mantê-la excluída da lide, assim como de reivindicações, demandas, queixas ou representações referentes a tais assuntos.

XXXII) Havendo condenação contra a USCS, a Contratada lhe reembolsará as importâncias que tenham sido obrigadas a pagar, dentro do prazo de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento, sem prejuízo da apuração das demais responsabilidades cíveis, penais e administrativas envolvidas.

XXXIII) Manter acervo probatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 5 (cinco) anos após a extinção do contrato.

XXXIV) A Contratada não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços desta licitação.

8 - ESTIMATIVA DAS QUANTIDADES

A presente contratação não envolve a quantificação prévia e estimada dos produtos e serviços a serem executados no decorrer da execução contratual.

Diferentemente dos serviços de natureza comum, que são constituídos por tarefas que podem ser executadas mecanicamente ou segundo técnicas, protocolos e métodos pré- estabelecidos e conhecidos, para os quais caberia a modalidade pregão em sua contratação, os serviços de publicidade possuem uma natureza intelectual, na medida em que a sua contratação envolve, basicamente, a expertise das agências de publicidade e propaganda na proposição das soluções publicitárias mais adequadas para atingimento dos objetivos de comunicação estabelecidos em cada demanda.

Ademais, o art. 5º da Lei nº 12.232/2010 estabelece a modalidade de licitação para contratação de serviços de publicidade, bem como define os tipos de licitação “melhor técnica” ou “técnica e preço” a ser adotado, sem margem de discricionariedade para o órgão licitante.

De acordo com o art. 6º da Lei nº 12.232/2010, o instrumento convocatório das licitações para contratação de serviços de publicidade deve observar de forma subsidiária a Lei nº 14.133/2021 (art. 186), ainda que seja serviço considerado pela jurisprudência, como contínuo, a sua específica definição, isto é, aquilo que se irá realizar em um determinado momento, será resultante do influxo de diversos fatores, que determinarão a campanha publicitária necessária nas diversas áreas, quer sejam campanhas institucionais ou de interesse público.

A Lei nº 12.232/10, estabeleceu o briefing em substituição ao projeto básico e/ou executivo, portanto, para fins da licitação, o briefing serve como Projeto Básico para o desenvolvimento de uma campanha publicitária ficta, servindo como um conjunto de dados para a avaliação técnica da Agência, cujas informações e orientações nele contidas ditarão a estrutura e o planejamento de comunicação, a campanha publicitária, o plano de mídia e toda a estratégia a ser recomendada. A questão dos preços, nas licitações realizadas no modelo da Lei de publicidade, acaba não sendo tão relevante no momento da disputa licitatória, portanto, pela impossibilidade de que seja estimado previamente um quantitativo de produtos e serviços a serem prestados no decorrer da execução contratual, vai depender diretamente de cada solução publicitária aprovada. Os serviços serão entregues no Setor de Comunicação

8.1 Especificação prévia dos produtos e serviços

A presente contratação não envolve a especificação prévia dos produtos e serviços a serem prestados no decorrer da execução contratual, tendo em vista que, de acordo com o art. 6º da Lei nº 12.232/2010, o instrumento convocatório das licitações para contratação de serviços de publicidade deve observar as exigências da Lei nº 14.133/2021, não sendo, porém, exigido o projeto básico e/ou executivo, com todas as suas partes, desenhos, especificações e outros complementos.

Assim, em substituição ao projeto básico com as especificações técnicas dos produtos e serviços que serão executados, o termo de referência para elaboração do edital de licitação para contratação de serviços de publicidade deverá disponibilizar um briefing para subsidiar o desenvolvimento da Proposta Técnica pelas licitantes, conforme disposto no inciso II do art. 6º da Lei nº 12.232/2010, e, conseqüentemente, possibilitar a avaliação da capacidade técnica das licitantes.

9 – ESTIMATIVA DO PREÇO E TEMPO DA CONTRATAÇÃO

Considerando o valor de **R\$ 5.500.000,00** (cinco milhões e quinhentos mil reais), referente a última licitação para contratação de empresa de publicidade e propaganda, realizada pela USCS, no ano de 2019, entende-se que, para esta licitação, que realizar-se-á em 2024, o valor global da presente contratação de serviços de publicidade está estimado em **R\$9.500.000,00** (nove milhões e quinhentos mil reais). A alteração no valor se justifica pela correção da Tabela SINAPRO-SP, conforme consta no processo deste Estudo Técnico Preliminar, além do aumento de unidades da USCS. Reitera-se ainda que o valor da licitação é para uso em todos os setores da instituição, com vistas a melhor atender às necessidades de comunicação publicitária da USCS.

A presente contratação não envolve o levantamento prévio das estimativas de preços dos produtos e serviços a serem praticados no decorrer da execução contratual. Para o fornecimento de bens e serviços especializados é necessária a apresentação pelas agências contratadas de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas, físicas ou jurídicas, previamente

cadastradas no Município de São Caetano do Sul ou eventual sistema que venha a substituir tal cadastro, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, nos termos do art. 14 da Lei 12.232/2010.

Na contratação de tempos e espaços junto a veículos de comunicação e divulgação, para distribuição das peças publicitárias de uma campanha, serão praticados os valores constantes das respectivas tabelas de preços, aplicados os descontos negociados com a USCS, conforme disposto no art. 15 da mesma lei.

Assim, nas contratações de serviços de publicidade, para estabelecimento do valor global a ser estimado no âmbito do certame, devem ser consideradas as necessidades de comunicação a serem atendidas no decorrer da execução contratual, em termos de volume, porte e abrangência das demandas potenciais.

9.1. A USCS se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

A duração inicial da presente contratação terá o período de 12 (doze) meses, o qual poderá ser prorrogado, mediante acordo entre as partes, por iguais e sucessivos períodos, com vistas à obtenção de preços e condições mais vantajosas para a Administração, respeitada a vigência máxima decenal.

10 – JUSTIFICATIVA PARA NÃO PARCELAMENTO

O parcelamento do serviço objeto deste Estudo Técnico Preliminar não se mostra tecnicamente viável, uma vez que é mais satisfatória do ponto de vista da eficiência técnica, por manter a qualidade do serviço, já que o planejamento e execução permanecem a cargo do mesmo fornecedor.

Visa-se também a garantia da unidade no trabalho de comunicação desenvolvido, pois os serviços listados são complementares na realização do serviço de comunicação integrada, não sendo assim objetos divisíveis, de naturezas distintas, que justifiquem uma separação por lotes convistas à ampliação da competitividade.

A perspectiva de administrar diversos contratos por um único funcionário para serviços que são complementares entre si, implicará em prejuízo. É prática regular do mercado a prestação dos serviços desta licitação de forma simultânea. A divisão do objeto não implicará em ampliação da competitividade, uma vez que as mesmas empresas participarão da concorrência.

11 – CONTRATAÇÕES CORRELATAS / INTERDEPENDENTES

Informamos que possui um processo correlato para a formação da Subcomissão para análise da Proposta Técnica.

12 – ALINHAMENTO COM PAC

A presente contratação foi prevista com base no Planejamento Anual de Contratação - PAC 2023 da USCS.

Por fim, a contratação e o respectivo orçamento para investimentos em publicidade estão alinhados com o planejamento estratégico e com a estimativa orçamentária das ações da área.

13 - DEMONSTRAÇÃO DOS RESULTADOS PRETENDIDOS

Com a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda e publicidade, a USCS pretende desempenhar, com maior eficiência, sua missão e competências institucionais de planejar, executar e acompanhar os resultados da política de comunicação institucional, em consonância com as políticas de governo, em decorrência da melhor qualidade técnica dos serviços prestados e da tempestividade promovida pelos procedimentos contratuais à publicidade governamental.

Ao desenvolver uma publicidade mais assertiva, a USCS também estará rentabilizando o orçamento destinado para esse fim, o que caracteriza o uso responsável dos recursos públicos.

Ressalta-se que a expertise das agências contratadas, com profissionais qualificados e instrumentos capazes de oferecer as melhores e mais inovadoras soluções publicitárias para apoiar a atuação da USCS, aliada com as dinâmicas de execução dos serviços previstas no instrumento contratual, possibilitam maior celeridade ao desenvolvimento da publicidade governamental e, conseqüentemente, melhor atendimento das necessidades de comunicação da instituição, no enfrentamento dos desafios institucionais vivenciados no dia a dia.

A tempestividade decorre do fato de que a agência de publicidade e propaganda contratada torna-se responsável pela intermediação e supervisão da contratação corriqueira de fornecedores especializados para produção e execução das peças e materiais publicitários desenvolvidos no decorrer da execução contratual, bem como para a contratação dos inúmeros veículos de comunicação e divulgação utilizados para disseminação das mensagens.

Nesse trabalho, a USCS prioriza o atingimento dos objetivos de comunicação estabelecidos para cada campanha, buscando atingir o maior número de público possível com as mensagens mais adequadas, com vistas a concorrer pela atenção e pelo entendimento do cidadão, frente ao imenso volume de conteúdos divulgados pela iniciativa privada e dos inúmeros e variados espaços publicitários utilizados pelos anunciantes.

Vale ainda destacar que a expertise técnica da agência contratada em processo licitatório apoia as equipes internas da USCS por meio da proposição das estratégias de comunicação mais adequadas e eficazes para composição da equação: o que dizer? Como dizer? O que ressaltar? Quando dizer? Onde dizer? Quanto investir?

Além de caracterizar um direito do cidadão e um dever da administração em divulgar seus atos, medidas e a destinação dos recursos públicos, a publicidade cumpre ainda o importante papel de orientar, educar e mobilizar a população para que ela possa usufruir dos serviços colocados à sua disposição ou adotar posturas positivas que tragam benefícios reais para a sua vida.

Dessa forma, com a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio da agência de propaganda, a USCS pretende agregar maior adequabilidade, qualidade e eficiência ao processo de implementação da política de comunicação da instituição, trazendo maior transparência aos atos da administração, além de contribuir para maior efetividade do exercício da cidadania pela população, o que caracterizará o correto cumprimento de sua missão institucional.

14 – PROVIDÊNCIAS PRÉVIAS AO CONTRATO

A USCS dispõe de área técnica responsável pelo desenvolvimento das ações publicitárias da instituição, a qual realiza diariamente o relacionamento com a agência de propaganda

contratada. Essa relação já está consolidada nas rotinas de trabalho do setor de comunicação, não havendo necessidade de adequação de ambiente físico, nem de capacitação de servidores para atuarem no relacionamento com a agência de propaganda e na gestão e fiscalização do contrato.

15 – IMPACTOS AMBIENTAIS

A presente contratação deverá adotar, em seu edital, dispositivos específicos para garantir práticas de sustentabilidade, otimização de recursos, redução de desperdícios e redução da poluição por parte da agência de propaganda contratada na execução dos serviços. As exigências de sustentabilidade ambiental para a execução do futuro contrato encontrar-se-ão dispostas no Modelo de Declaração Unificada, previsto em Edital, de modo que os requisitos nela exigidos estão adequados à especificidade desse tipo de contratação.

16 – VIABILIDADE DA CONTRATAÇÃO

Declaramos que a presente contratação apresenta-se viável em todos os aspectos, na medida em que será utilizado orçamento específico alocado para esse fim e que o objeto da contratação é compatível com as competências institucionais da USCS, que possui em sua estrutura interna uma área técnica preparada para a condução dos serviços a serem prestados por intermédio da agência de publicidade e propaganda contratada, bem como para a gestão e fiscalização do contrato.

Ressalta-se, ainda, que a USCS observa rigorosamente todos os dispositivos legais e normativos vinculados à matéria, minimizando eventuais riscos de questionamentos por parte de órgãos de controle e auditoria.

ANEXO XII

MINUTA DE CONTRATO E TERMO DE CONFIDENCIALIDADE E RESPONSABILIDADE DE PROTEÇÃO DE DADOS

CONTRATO Nº ____/2024 QUE ENTRE SI CELEBRAM A “UNIVERSIDADE MUNICIPAL DE SÃO CAETANO DO SUL – USCS”, E A EMPRESA “_____”

Aos ____ dias do mês de _____ do ano de 2024, a **Universidade Municipal de São Caetano do Sul - USCS**, por intermédio da Reitoria, inscrita no CNPJ sob nº 44.392.215/0001-70, sediada na Avenida Goiás, 3400, Bairro Barcelona - São Caetano do Sul, CEP 09550-051 - São Paulo, neste ato representada pelo Reitor o senhor _____, inscrito no Cadastro de Pessoa Física CPF, sob número 000.***.***-00, doravante denominada Contratante e, de outro lado, a empresa _____, inscrita no CNPJ sob nº _____, sediada à _____, nº _____ – Bairro _____ – _____ – CEP _____ – _____, neste ato representada na forma de seu contrato social, pelo senhor _____, portador do Cadastro de Pessoa Física nº 000.***.***-00, doravante denominada Contratada, com fundamento nas Leis Federais nº 12.232/2010, 4680/1965 e subsidiariamente à Lei Federal nº 14.133/2021, Lei Municipal nº 3.399/1995 e os Decretos Municipais números 7.350/1995 e 9.459/2006 e na adoção do artigo 191 da Lei 14.133/2021, estando as partes vinculadas ao Processo de Compras 343/2024 e a proposta vencedora, resolvem de comum acordo firmar o presente Contrato de Prestação de Serviços de Publicidade doravante designado simplesmente *Contrato*, que será regido pelas seguintes cláusulas:

1. CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

1.1. O presente instrumento tem origem na Concorrência Pública nº ____/2024, à qual se encontra vinculado, e tem por objeto a contratação da prestação de serviços de publicidade à Contratante.

1.1.1. Compreendem os 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 comunicação.

1.1.1.1. Também integram o objeto deste Contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

I – à produção e à execução técnica das peças e projetos criados;

II – ao planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados a determinada ação publicitária;

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

1.1.1.2. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 1.1.1.1., II, terão a finalidade de:

I – gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Contratante, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

II – aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;

III – possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.2. Não estão abrangidas por esta contratação as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos.

1.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem 1.2 o patrocínio de mídia – assim entendidos os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

A Contratada atuará apenas de acordo com solicitação da Contratante.

A Contratada não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto deste Contrato.

1.2.2. Quando da solicitação dos serviços pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, a Contratada deverá interagir com a UNBOX, agência experimental integrada dos cursos de comunicação da USCS, com o intuito de criar espaços e condições para que os estudantes participantes dessa agência adquiram conhecimentos a partir da interação com situações reais. O formato de interação será discutido, de comum acordo, entre representante designado pela Contratada, o professor coordenador da UNBOX e o representante de Comunicação e Marketing da Contratante.

1.2.3. A Universidade USCS se reserva no direito de solicitar alternativas de criação, à agência UNBOX, para campanhas de vestibular e de outras campanhas de divulgação institucional, e outros produtos e serviços da universidade; e decidir pela sua utilização, cabendo à Contratada o fornecimento dos serviços de mídia e de produção de terceiros.

1.2.4. O prazo para desenvolvimento das peças e materiais será definido pela Contratante considerando a urgência e complexidade da demanda.

2. CLÁUSULA SEGUNDA – DA VIGÊNCIA

2.1. O período de vigência deste instrumento contratual será de 12 (doze) meses, consecutivos e ininterruptos, com início a partir de sua assinatura.

prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses consecutivos e ininterruptos, contados a partir da celebração do instrumento contratual, podendo ser prorrogado por igual período, de comum acordo, desde que devidamente justificado e manifestado com antecedência mínima de 60 (sessenta) dias antes do seu término, estendendo-se até o limite máximo de 120 meses, nos termos do artigo 107, da Lei Federal 14.133/2021

2.2. Este Contrato poderá ser prorrogado, por igual período, de comum acordo, desde que devidamente justificado e manifestado com antecedência mínima de 60 (sessenta) dias antes do seu término, limitada sua vigência a 120 (cento e vinte) meses, nos termos do artigo 107, da Lei Federal 14.133/2021.

2.2.1. A decisão sobre a prorrogação observará o resultado das avaliações semestrais.

2.2.2. As prorrogações serão formalizadas por meio de Termo Aditivo e a exemplo deste contrato, publicadas no Portal Nacional de Contratações Públicas e na imprensa oficial do município.

3. CLÁUSULA TERCEIRA – DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

3.1. As despesas a serem realizadas pela Contratante por meio desta Concorrência Pública, nos primeiros 12 (doze) meses de vigência contratual, estão estimadas em R\$ 9.500.000,00 (nove milhões e quinhentos mil reais) e correrão pela seguinte conta orçamentária: 12.364.1500.2.133.3.3.90.39.00 – (Publicidade e Propaganda).

3.1.1. O valor estimado poderá ser atualizado pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo – IPCA (IBGE), transcorrido o interregno de 12 meses.

3.2. A Contratante se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

4. CLAUSULA QUARTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

4.1. Constituem obrigações da Contratada, além das demais previstas neste Contrato ou dele decorrentes:

4.1.1. Executar os serviços diretamente, com seus próprios recursos, operando como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

4.1.1.1. Os serviços indicados no subitem 1.1.1. deverão ser executados por meio dos profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na Proposta Técnica apresentada nesta Concorrência Pública, admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior mediante comunicação prévia à Contratante.

4.1.2. Em face das necessidades da USCS frente às novas tendências do mercado publicitário, a agência ficará à disposição do setor de comunicação na medida em que a proximidade pode ser adequadamente obtida com os recursos digitais disponíveis que apoiam o atendimento e o relacionamento, sem gerar prejuízos aos serviços prestados, contudo a proponente vencedora deverá ter 01 (um) profissional para o setor de atendimento exclusivo na instituição:

4.1.2.1. A seu juízo, a Contratada poderá utilizar-se de seus representantes em outros Estados ou cidades, desde que tenham experiência equivalente ou superior aos dos indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na proposta técnica, para executar os serviços de planejamento e criação ou outros complementares ou acessórios pertinentes a este instrumento contratual, observado o atendimento às condições contratuais.

4.1.3. O desempenho da Contratada será permanentemente verificado pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul.

4.1.4. Executar todos os serviços relacionados com o objeto deste Contrato, de acordo com os prazos e demais especificações estipulados pela Contratante.

4.1.4.1. A Contratada poderá intermediar a contratação de veículos de divulgação e, quando necessários à execução das atividades complementares a que se refere o subitem 1.1.1.1., fornecedores de serviços especializados.

4.1.4.1.1. A contratação de veículos de divulgação e de fornecedores de serviços especializados deverá ser submetida à prévia e expressa autorização da Universidade USCS e implica a atuação da Contratada por conta e ordem da Contratante.

4.1.4.1.2. A Contratante deverá ser previamente identificada na contratação de veículos de divulgação.

4.1.4.1.3. Caberá à Contratada efetivar as operações de pagamento referentes aos serviços prestados por veículos ou fornecedores de serviços especializados.

4.1.5. Contratar, administrar, executar e fiscalizar os contratos firmados com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação – inclusive quando decorrentes de cotações realizadas pela Contratante – respondendo pelos efeitos destes acordos, incluídos os dados e os prejuízos, diretos ou indiretos, decorrentes de sua culpa.

4.1.5.1. Alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços contratados deverão ser tempestiva e formalmente comunicados à Contratante, devendo a Contratada adotar providências imediatas para solucionar a pendência.

4.1.5.1.1. A culpa do fornecedor de serviços especializado, do veículo de distribuição ou da Contratada que repercute na plena execução dos serviços contratados implica a revisão das obrigações e pagamentos dos contratos por esta firmados, na medida das consequências do ato nos serviços acordados.

4.1.5.1.2. O aumento de despesas ou perda de descontos para a Contratante, gerados em decorrência de ação culposa da Contratada deverá ser ressarcido pela Contratada, à Universidade USCS em até 02 (dois) dias úteis contados do recebimento da notificação de ressarcimento por este encaminhada.

4.1.5.1.2.1. Se o ressarcimento não for realizado no prazo indicado no subitem 4.1.5.1.2., o valor poderá ser glosado pela Contratante ou descontado da garantia contratual, acrescido da atualização monetária desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação pro rata tempore do IPCA (IBGE).

4.1.6. Orientar a produção, a impressão e a distribuição das peças gráficas conforme aprovação da Contratante e atestar a conformidade deste material com as especificações contidas no documento de autorização da ação.

4.1.7. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos de comunicação.

4.1.7.1. Pertencem à Contratante, devendo-lhes ser transferidas, as vantagens obtidas em negociação com fornecedores de serviços especializados e com veículos de divulgação, realizada diretamente ou por intermédio da Contratada, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo.

4.1.7.1.1. O disposto no subitem 4.1.7.1. não abrange os planos de incentivo eventualmente concedidos por veículos de divulgação à Contratada, nos termos do artigo 18 da Lei nº 12.232/2010.

4.1.7.1.2. A Contratada não poderá sobrepor os planos de incentivo aos interesses da Contratante, 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.

4.1.7.2. Nos casos de reutilizações de peças publicitárias da Universidade USCS, a Contratada deverá negociar sempre as melhores condições de preço.

4.1.8. Observar as seguintes condições para o fornecimento de serviços especializados à Contratante:

I – Fazer cotações prévias de preços para os serviços a serem prestados por fornecedores.

II – Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados na Contratante ou eventual sistema que venha a substituir tal cadastro, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido:

a) A impossibilidade de obter as 3 (três) cotações deverá ser previamente justificada à Contratante, por escrito, para decisão sobre a contratação.

III – exigir do fornecedor que a cotação seja apresentada no original, em papel timbrado e que:

a) Contenha a identificação do fornecedor (com, pelo menos, nome completo, CNPJ ou CPF, endereço e telefone) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

b) Detalhe os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, suas especificações;

c) Seja apresentada juntamente com os comprovantes de que o fornecedor está

inscrito - e em atividade – no 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.

IV – informar, por escrito, os fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas na Cláusula Nona para a reutilização de peças e material publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos;

4.1.8.1. Quando o fornecimento de serviços tiver valor superior a 0,5% (meio por cento) do valor global deste Contrato, a Contratada coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da USCS.

4.1.8.2. A Contratante procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado.

4.1.8.3. Se e quando julgar conveniente, a USCS poderá realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

4.1.8.4. As disposições do subitem 4.1.8. não se aplicam à compra de mídia.

4.1.8.5. As condições do subitem 4.1.8, I e II, não se aplicam à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado.

4.1.9. Encaminhar, em arquivo digital, após a aprovação do serviço pela USCS e sem ônus para esta, cópias de peças produzidas (TV e cinema, internet, rádio, mídia impressa e materiais publicitários – sendo essas últimas uma cópia aberta e uma cópia fechada), desde que não seja para uso em veiculação de mídia paga.

4.1.9.1. Os arquivos contendo as cópias das peças produzidas deverão ser apresentados nos formatos definidos pela Universidade USCS.

4.1.9.2. Caso as mídias indicadas no subitem 4.1.9. se tornem tecnologicamente obsoletas, a Contratante indicará mídia substituta para envio da cópia das peças produzidas.

4.1.10. Disponibilizar à USCS, informações que forem solicitadas a respeito da mídia utilizada.

4.1.11. Produzir e entrega em meio digital, como CD ou em DVD ou outro meio magnético indicado pela Contratante, portfolio dos trabalhos realizados para a Universidade USCS.

4.1.11.1. O portfólio deverá ser entregue anualmente, até o final do último mês de vigência do contrato ou de sua prorrogação e abranger todas as ações realizadas neste Contrato durante o período de doze meses anteriores, e deverá ser apresentado de acordo com modelo sugerido pela Contratada e aprovado pela USCS.

4.1.11.2. No final da vigência deste Contrato, deverá ser entregue um portfólio completo, contendo todos os trabalhos realizados durante a vigência do contrato.

4.1.12. Entrega à Universidade Municipal de São Caetano do Sul cópia dos comprovantes de pagamentos feitos a fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação até o dia 6 do mês subsequente ao do pagamento realizado pela Universidade USCS.

4.1.13. Entregar à Universidade USCS, em meio eletrônico e em meio impresso, até o dia 10 de cada mês, um relatório total (mês a mês) de despesas com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação com o respectivo acompanhamento de seus pagamentos, conforme modelo definido pela Contratante.

4.1.13.1. O relatório de acompanhamento deverá ser assinado e enviado à USCS no dia útil seguinte à realização do contato com a Contratante, com o veículo ou com o fornecedor e, em caso de incorreção, reenviado devidamente corrigido em até 2 (dois) dias úteis, a contar do recebimento da solicitação de correção.

4.1.14. Elaborar, sempre que solicitado pela Contratante, estudo de práticas e investimentos em mídia que vêm sendo empregadas.

4.1.15. Prestar, às suas expensas, os seguintes serviços:

I – criação e manutenção de acervo da propaganda da Contratante, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste Contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

II – criação e manutenção de banco de imagens, em meio virtual, com as fotos e imagens produzidas durante a execução deste Contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

4.1.15.1. A agência se reunirá com a Contratante, em até 60 (sessenta) dias após a assinatura do instrumento contratual, para apresentar proposta para o banco de imagens e para o acervo de propaganda, compreendendo entre outros itens, as especificações técnicas, a sistemática de navegação e de filtros de pesquisa e os formatos dos arquivos.

4.1.15.1.1. Aprovada pela USCS, a proposta passará integrar este Contrato, ressalva a possibilidade de ajustes, sempre que necessário à manutenção do banco/acervo virtuais.

4.1.15.2. A Contratada, por meio deste instrumento, transfere à Universidade Municipal de São Caetano do Sul a propriedade do sistema tecnológico referente ao banco/acervo virtuais, incluído o seu código/fonte.

4.1.15.3. O banco/acervo virtuais deverão estar funcionando em até 120 (cento e vinte) dias após a assinatura deste Contrato.

4.1.16. Prestar esclarecimentos à Contratante sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a Contratada, independentemente de solicitação.

4.1.17. Não caucionar ou utilizar este Contrato como garantia para qualquer operação financeira.

4.1.18. Manter, durante a execução deste instrumento contratual, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste, entre as quais a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o artigo 4º e seu parágrafo 1º da Lei 12.232/2010.

4.1.18.1. Em não se comprovando a manutenção das condições de habilitação, a Empresa Contratada terá 30 (trinta) dias para regularizar a situação, contados da notificação da Contratante, prazo após o qual poderá ser promovida a rescisão contratual.

4.1.19. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando exigido por norma, com relação a empregados de fornecedores contratados.

4.1.20. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste instrumento de 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.

4.1.20.1. A empresa Contratada é responsável por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

4.1.20.2. Sempre que solicitados pela Universidade USCS, a Contratada deverá apresentar a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

4.1.21. Aceitar, nas mesmas condições contratuais, acréscimos ou supressões que se fizerem necessárias, em até 25% (vinte e cinco por cento) do valor atualizado previsto no subitem 3.1., conforme disposto no artigo 125 da Lei 14.133/2021.

4.1.22. 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.

4.1.23. Obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento deste Contrato.

4.1.24. Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes, responsabilizando-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.

4.1.25. Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 5 anos após a extinção deste Contrato.

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

4.1.26. A Agência Contratada não poderá contratar fornecedores para execução dos serviços de planejamento, criação, concepção e supervisão dos serviços de produção.

5. CLÁUSULA QUINTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

5.1. Constituem obrigações da Contratante, além das demais previstas neste instrumento contratual ou dele decorrentes:

5.1.1. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a Contratada, observado o subitem 4.1.5. e respectivos subitens.

5.1.2. Proporcionar condições para a boa execução dos serviços.

5.1.3. Fiscalizar a execução deste Contrato e subsidiar a Contratada com informações e/ou comunicações úteis e necessárias ao melhor e fiel cumprimento das obrigações.

6. CLÁUSULA SEXTA – DA EXECUÇÃO, GESTÃO E AVALIAÇÃO DOS SERVIÇOS

6.1. A Contratada somente poderá executar qualquer tipo de serviço objeto deste instrumento após sua respectiva aprovação formal pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul.

6.1.1. A Contratante poderá acompanhar a execução dos serviços contratados, juntamente com um representante credenciado pela Contratada.

6.1.2. A aprovação dos serviços não afasta a responsabilidade da Contratada quanto à sua perfeita execução.

6.2. Os serviços contratados poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao especificado.

6.2.1. A não aceitação de serviços objeto deste Contrato, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da USCS.

6.2.1.1. A Contratada adotará as providências necessárias para que o serviço, quando não aceito, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado a suas expensas e nos prazos estipulados pela Universidade USCS, observado o subitem 4.1.5.

6.3. A Gestão deste instrumento contratual será realizada pelo senhor Joaquim Celso Freire Silva, que poderá indicar formalmente fiscalizadores técnicos para acompanhamento dos aspectos pertinentes a execução contratual.

6.3.1. A gestão e fiscalização deste Contrato em nada restringem a responsabilidade da Contratada pela execução dos serviços.

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

6.3.3. A Contratada se obriga a permitir que a auditoria interna da Universidade Municipal de São Caetano do Sul ou auditoria externa por esta indicada tenha acesso a todos os documentos que digam respeito à execução deste instrumento.

6.3.4. Serão anotadas registradas pela gestão e fiscalização do contrato, todas as ocorrências relacionadas com a execução contratual, cabendo à Contratada atender, no prazo estipulado pela Universidade USCS às determinações para regularização das faltas ou defeitos observados.

6.4. A Contratante realizará, semestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos, dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela Contratada e do atendimento ao subitem 4.1.7.

6.4.1. Sem prejuízo de outras finalidades com objetivo semelhante ou complementar, a avaliação semestral será considerada instrumento para:

I - solicitar à Contratada a melhora da qualidade dos serviços prestados;

II – subsidiar decisão sobre prorrogação e rescisão contratuais;

III – subsidiar declaração sobre desempenho da Contratada.

7. CLÁUSULA SÉTIMA – DA REMUNERAÇÃO

7.1. Pelos serviços prestados, a Contratada será remunerada por honorários de _____% (_____por cento) sobre os custos (i) à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim como (ii) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

7.2. Os honorários serão calculados sobre o preço faturado pelos fornecedores.

7.3. Pelos serviços de criação e execução interna, a Contratada receberá o valor correspondente indicado na Tabela de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, vigente quando da prestação dos serviços correspondentes, com um desconto de _____% (_____por cento).

7.4. Despesas com deslocamento de profissionais da Contratada, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratadas, na cidade de São Caetano do Sul, serão de responsabilidade da Contratada.

8. CLÁUSULA OITAVA – DESCONTO DE AGÊNCIA

8.1. Além da remuneração prevista na Cláusula Sétima, a Contratada fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o artigo 11 da Lei nº 4.680/1965 e do Decreto nº 57.690/1966.

8.1.1. O desconto de que trata o subitem precedente será concedido à Contratada pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da Universidade USCS, nos termos do artigo 19 da Lei nº 12.232/2010.

8.2. A Contratada repassará à Contratante o valor correspondente a ____% (_____por cento) do valor da mídia efetivamente contratada sobre o valor acertado para cada veiculação, correspondente ao repasse parcial dos honorários de veiculação, pagos pelos Veículos de Comunicação à agência de publicidade.

9. CLÁUSULA NONA – DOS DIREITOS AUTORAIS

9.1. A Contratada cede à Universidade Municipal de São Caetano do Sul os direitos autorais patrimoniais de uso das ideias (incluídos estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência deste Contrato.

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

9.1.2. O valor dessa cessão está integralmente incluído nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Sétima e Oitava.

9.1.3. Os direitos patrimoniais cedidos poderão ser usados pela Contratante em todas as suas modalidades de utilização, diretamente ou por intermédio de terceiros.

9.2. Quando necessário realizar contratações que envolvam direitos de autor e conexos, a Contratada solicitará a quem de direito a concessão por prazo, finalidade, território e preço, inclusive quanto à eventual renovação do contrato, dos direitos autorais e conexos de suas respectivas titularidades.

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

9.4. A Contratante será a única proprietária das peças e demais materiais físicos e/ou digitais oriundos do cumprimento deste Contrato, sejam estes passíveis ou não de proteção do Direito de Propriedade Intelectual.

9.4.1. É garantida à Universidade USCS a apropriação dos direitos patrimoniais e conexos originalmente de titularidade da Contratada e dos funcionários desta, sobre os resultados da execução deste Contrato, ressalvados os direitos autorais e conexos de terceiros.

10. CLÁUSULA DÉCIMA – DA LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

10.1. Para a liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pela Universidade USCS, a Contratada deverá apresentar:

I – a correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, em letra legível, em nome da Universidade Municipal de São Caetano do Sul, CNPJ 44.392.215/0001-70, contendo o número deste Contrato e os seguintes dados da Contratada:

Banco (nome e número)

Agência (nome e número)

Conta Corrente (número)

a) Quaisquer alterações nos dados bancários deverão ser comunicadas tempestiva e formalmente à Contratante, ficando a Contratada responsável pelos prejuízos decorrentes da falta ou intempestividade da informação.

b) O CNPJ que deverá constar nas notas fiscais e na conta corrente utilizada para pagamento às CONTRATADAS deverá ser o CNPJ da **CONTRATADA** constante do preâmbulo deste instrumento contratual.

c) Quando referente ao pagamento de fornecedores e veículos, a nota fiscal também deverá conter o número do documento que autorizou a veiculação ou produção do serviços e o nome empresarial do fornecedor com seu respectivo CNPJ.

II – a primeira via do documento fiscal do fornecedor de serviços especializado ou do veículo:

a) O CNPJ que deverá constar nas notas fiscais dos fornecedores de serviço especializado deverá ser o mesmo da cotação de preços que norteou a contratação.

III – os documentos comprobatórios da execução dos serviços especializados e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega;

IV – os documentos comprobatórios da demonstração do valor devido ao veículo, da sua respectiva tabela de preços, da descrição dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e da efetiva veiculação, sendo este último providenciado sem ônus para a Contratante.

a) Na ocorrência de falha em uma programação em mídia eletrônica, além das providências previstas no inciso IV a Contratada deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

10.1.1. O comprovante de veiculação a que se refere o subitem 10.1, IV é constituído por:

I – revista e anuário: exemplar original;

II – jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do jornal e praça;

III – demais meios: relatório de checagem de veiculação emitido por empresa independente ou por um dos seguintes documentos:

a) TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do artigo 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;

a.1) Como alternativa ao procedimento previsto na alínea “a”, 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 na alínea “a” 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 na alínea “a”.

b) Mídia Exterior:

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

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

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

c) Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente acompanhado do print da tela.

10.1.1.1. As formas de comprovação de veiculação em mídia não previstas nas alíneas “a”, “b”, e “c” do subitem 10.1.1., III, serão estabelecidas formalmente pela Contratante, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

10.1.2. Compete ao Gestor do contrato, a conferência dos preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o artigo 15 da Lei n. 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos respectivos Planos de Mídia pela Contratada à Universidade USCS.

10.2. Os documentos de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela Contratada ao Departamento de Contabilidade e Finanças da USCS.

10.2.1. Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços, a Contratante a seu juízo, poderá devolvê-la para as devidas correções, ou aceita-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

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

10.2.1.2. A Contratante não pagará nenhum acréscimo pelo adiamento do pagamento em razão de pendência no cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste Contrato.

10.3. Antes da efetivação dos pagamentos, será verificada a comprovação de regularidade da Contratada referente à:

I – Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviços – FGTS;

II – Prova de regularidade para com a Fazenda Federal, compreendendo certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal – RFB e pela Procuradoria Geral da Fazenda Nacional – PGFN, referente a todos os tributos federais e a dívida ativa da União, por elas administrados, abrangendo inclusive as contribuições sociais previstas nas alíneas “a” a “d” do parágrafo único do artigo 11 da Lei nº 8.212 de 24 de julho de 1991;

III- Prova de Regularidade dos tributos estaduais e municipais emitidas pelos respectivos órgãos;

IV – Certidão de Regularidade de Débitos Trabalhistas – CNDT.

10.3.1. A Contratada apresentará à USCS os documentos comprobatórios de manutenção de suas condições de habilitação, sempre que próximos aos seus respectivos vencimentos.

10.3.2. A não apresentação ou a irregularidade dos documentos listados no subitem 10.3 não acarretará retenção do pagamento. Entretanto, a Contratada será comunicada quanto à apresentação de tais documentos em até 30 (trinta) dias, com a aplicação das penas cabíveis em caso de não atendimento.

10.4. A Universidade USCS efetuará o pagamento conforme calendário abaixo:

10.4.1. O atesto somente será realizado mediante a comprovação do cumprimento pela Contratada de todas as condições pactuadas e ocorrerá em cinco dias úteis após a entrega da documentação pertinente, observado o subitem 14.9.

10.4.1.1. Para efeito de contagem do prazo de atesto, a documentação recebida após as 14 horas, será considerada entregue no dia útil subsequente.

10.4.2. Havendo atraso no pagamento pela Contratante, o valor devido será corrigido financeiramente, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação pro rata tempore do IPCA (IBGE).

10.5. A Contratante não acata cobrança por meio de duplicatas ou qualquer outro título em bancos ou outras instituições do gênero.

10.6. A Contratante não é obrigada a pagar nenhum compromisso, assumido pela Contratada, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

10.7. Correrão por conta da Contratada o ônus do prazo de compensação e todas as despesas bancárias decorrentes da transferência de crédito, assim como os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes de sua inobservância quanto aos prazos de pagamento.

10.8. A Contratante, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigada pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

11. CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

11.1. Pela inexecução total ou parcial deste Contrato, poderão ser aplicadas à Contratada as seguintes sanções, sem prejuízo da reparação dos danos causados à Contratante:

I – Advertência por descumprimento de qualquer obrigação contratual.

II – Multa:

a) Não realização, no prazo definido pela Contratante, de ação publicitária cuja data ou período de implantação se constitua elemento imprescindível à eficácia da comunicação: 10% (dez por cento) sobre o valor da veiculação e/ou produção não realizada;

b) A falta de cumprimento das obrigações assumidas no presente instrumento ou a incidência do comportamento descrito no artigo 137 da Lei nº 14.133/2021, dará direito à USCS de rescindir, unilateralmente este contrato, sem prejuízo da aplicação da multa 2,0% (dois por cento) do valor previsto na Cláusula Terceira, subitem 3.1.

III – Suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Contratante pelo período não superior a 03 (três) anos, nos seguintes casos:

- a) Não manutenção de situação regular em relação à Documentação de Habilitação;
- b) Se a Contratada der causa à rescisão unilateral deste Contrato, por descumprimento de suas obrigações;
- c) Apresentação de documentos falsos ou falsificados;
- d) Prática de atos ilícitos, visando frustrar os objetivos da licitação;
- f) Cometimento de falha ou fraudes na execução deste Contrato.

IV – declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, na forma do Inciso IV do artigo 156 da Lei 14.133/2021, admitida a reabilitação do licitante nos termos do artigo 163 da mesma Lei:

11.1.1. As multas previstas nos subitens 11.1,II são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente.

11.1.1.1. O valor da multa deverá ser recolhido em até cinco dias úteis, em qualquer agência do Banco do Brasil, tendo como beneficiária a Contratante, prazo após o qual, não havendo sua comprovação, poderá ser executado alternativamente:

I – dos créditos decorrentes deste Contrato, até o limite dos prejuízos causados à Contratante;

II – dos créditos existentes em outros contratos, porventura vigentes entre a Contratante e a Contratada, até o limite dos prejuízos causados;

11.1.1.2. O valor previsto na Cláusula Terceira, subitem 3.1., será atualizado nos termos do subitem 3.1.1, para efeito do cálculo da multa.

11.1.2. A suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a USCS poderá também ser aplicada nos casos previstos nas alíneas do subitem 11.1, IV.

11.1.3. A penalidade de advertência e a penalidade de multa poderão ser aplicadas individualmente ou em conjunto com qualquer outra penalidade prevista no item 11.

11.1.4. Não serão aplicadas penalidades por ato decorrente de caso fortuito ou força maior, devidamente comprovados.

11.2. As penalidades serão aplicadas com observância aos princípios da ampla defesa e do contraditório e contraditório.

11.2.1. A notificação de irregularidade será efetuada por ciência no processo, por via postal, com aviso de recebimento, por telegrama, ou por outro meio que assegure a certeza da ciência do interessado.

11.2.1.1. Caso não seja possível a entrega da notificação ao contratado, pelos meios descritos no subitem 11.2.1., esta poderá ser feita mediante a publicação na imprensa oficial.

11.2.2. A notificação indicará o local onde será concedida vista do respectivo processo, sendo facultado à Contratada transcrevê-lo ou o fotocopiar, total ou parcialmente, vedada sua retirada do âmbito da Contratante.

11.2.3. A Contratada terá 15 (quinze) dias úteis, contados do recebimento da notificação, para apresentar defesa perante a autoridade administrativa que emitiu a notificação, mediante peça escrita contendo as razões de defesa acompanhadas, se houver, da respectiva documentação comprobatória.

11.2.3.1. O prazo para apresentação de defesa em caso da declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública será de 15 (quinze) dias úteis, nos termos do artigo 158 da Lei 14.133/2021.

11.2.3.2. A Contratada poderá apresentar recurso contra aplicação de penalidade, mediante instrumento dirigido à autoridade superior, por intermédio da que praticou o ato recorrido, a qual poderá reconsiderar sua decisão, ou fazê-la subir devidamente informada, para decisão pela autoridade superior.

11.2.3.3. A procedência da defesa implica o arquivamento do processo, e a sua improcedência, a aplicação da(s) penalidade(s) pertinente(s).

11.3. A aplicação das penalidade administrativas não exime a responsabilidade civil e penal da Contratada.

12. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DA RESCISÃO CONTRATUAL

12.1. Este contrato poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, pelos motivos previstos nos artigos 137 e 138 da Lei 14.133/2021 e nas formas estabelecidas no artigo 139 da mesma Lei Federal, assim como, se a Contratada:

- I – Utilizar este contrato, em qualquer operação financeira;
 - II – for atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;
 - III – não mantiver suas condições de habilitação;
 - IV – deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato;
 - V – não prestar garantia nos termos contratualmente previstos;
 - VI – for envolvida em escândalo público e notório;
 - VII – quebrar o sigilo profissional;
 - VIII – utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informação não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais.
 - IX – motivar a suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes;
 - X – não quitar os compromissos com fornecedores de serviços especializados e veículos, configurando inadimplência superior a 30 dias da obrigação constante do subitem 4.1.4.2.3.
- 12.1.1. Exceto quando se tratar de caso fortuito, força maior ou razões de interesse público, a rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial, a retenção:

- I – dos créditos decorrentes deste contrato, até o limite dos prejuízos causados à Contratante;

II – dos créditos existentes em outros contratos, porventura vigentes entre a Contratante e a Contratada, até o limite dos prejuízos causados;

12.1.2. Caso a retenção não possa ser efetuada, no todo ou em parte, na forma prevista no subitem 12.1.1., a Contratada será notificada para, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da notificação, recolher o respectivo valor em agência do Banco Santander.

12.1.3. 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 justificadamente sobre a continuidade deste contrato.

12.2. A rescisão, por algum dos motivos previstos no subitem 12.1., não dará à Contratada direito a indenização a qualquer título, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, com a exceção do que estabelece o artigo 138, parágrafo 2º, da Lei 14.133/2021.

12.3. Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do Processo Administrativo, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

12.4. A rescisão unilateral ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.

12.5. A revogação deste contrato poderá ser aplicada juntamente com as demais penalidades previstas na Cláusula Décima Segunda.

13. CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DISPOSIÇÕES GERAIS

13.1. A Contratada deverá se guiar pelo Código de Ética dos Profissionais da Propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com as normas que regulam essa atividade, inclusive as normas éticas, estabelecidas pelo Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária e pela Lei Anticorrupção.

13.2. A Universidade Municipal de São Caetano do Sul providenciará a publicação deste contrato no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP) e de seus eventuais termos aditivos na forma prevista no artigo 94 da Lei 14.133/2021.

13.2.1. A USCS ainda, providenciará a publicação do extrato do instrumento contratual e eventuais termos aditivos na imprensa oficial do município de São Caetano do Sul.

13.3. As alterações contratuais serão promovidas em conformidade com a Lei 14.133/2021.

13.4. Além das disposições contidas neste Contrato, também é aplicável a Lei n. 12.232/2010 e complementarmente as Leis nº 4.680/65 e nº 14.133/2021.

13.5. A omissão ou tolerância da Contratante em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia nem lhe afetará o direito de, a qualquer tempo, exigir o fiel cumprimento do avençado.

13.6. As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulgação, serão divulgadas pela Contratante na internet.

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

13.7. A responsabilidade imputada à Contratada por prejuízos relacionados à execução deste contrato não cessa com o fim desta relação contratual.

13.8. Quando não mencionado em contrário, os prazos contados neste contrato são contados em dias corridos.

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

13.8.2. Será transferido para o dia útil subsequente o vencimento do prazo que ocorra em dia em que não haja expediente administrativo na Universidade Municipal de São Caetano do Sul.

13.9. A juízo da USCS, as campanhas publicitárias da proposta vencedora da licitação que deu origem a este contrato poderão ou não vir a ser produzida e distribuída, com ou sem modificações na sua vigência.

14. CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DO FORO

14.1. É competente o Foro da Justiça Estadual da comarca de São Caetano do Sul, para dirimir quaisquer dúvidas, porventura oriundas este contrato.

E, por estarem justas e contratadas, assinam as partes o presente Instrumento Contratual, em 02 (duas) vias de igual teor e forma, e para um só efeito de direito, na presença de 02 (duas) testemunhas abaixo assinadas.

São Caetano do Sul, ____ de _____ de 2024.

Universidade Municipal de São Caetano do Sul
Contratante

Razão social da empresa
Contratada

Testemunhas

Nome
CPF

Nome
CPF

TERMO DE CONFIDENCIALIDADE E RESPONSABILIDADE DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS

Concorrência Pública nº 01/2024
Processo de Compras nº 343/2024

_____ (responsável ou representante legal da empresa), inscrito no CPF sob o nº _____, abaixo firmado, vinculado nestes termos ao Contrato nº ____/2024, no qual figura como Contratada a empresa _____, inscrita no CNPJ sob o nº _____, assumo o compromisso de manter confidencialidade e sigilo sobre todas as informações técnicas, bem como a responsabilidade e proteção dos dados pessoais na conformidade do disposto na Lei nº 13.709/2018 e suas alterações, como também a eventuais regulamentações relacionadas à Contratante, Universidade Municipal de São Caetano do Sul - USCS.

Comprometendo-me ainda, por este termo de confidencialidade e sigilo a não repassar o conhecimento das informações, responsabilizando-me pelos funcionários que vierem ter acesso às informações, obrigando a Contratada ao ressarcimento de quaisquer danos e/ou prejuízos oriundos de uma eventual quebra de sigilo ou confidencialidade das informações fornecidas.

Para os fins previstos neste termo e no Contrato, os termos a seguir serão interpretados conforme a legislação brasileira, notadamente Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 e alterações posteriores (a “Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais” ou “LGPD”), com os seguintes significados:

- “**ANPD**” - **Autoridade Nacional de Proteção de Dados Pessoais**” é a autoridade regulatória máxima para dispor sobre assuntos de proteção de dados pessoais no Brasil.
- “**Controladora**” significa a pessoa natural ou jurídica, de direito público ou privado, a quem competem as decisões referentes ao Tratamento de Dados Pessoais, ou seja, nos moldes do presente Termo, a **USCS**.
- “**Dado Pessoal**” ou “**Dados Pessoais**” significa qualquer informação relacionada a pessoa natural identificada ou identificável, ou seja, que tenha o potencial de ser usada, de forma direta ou indireta, isoladamente ou em conjunto, para identificar uma pessoa natural.
- “**Dados Pessoais Sensíveis**” significa qualquer Dado Pessoal sobre origem racial ou étnica, convicção religiosa, opinião política, filiação a sindicato ou a organização de caráter religioso, filosófico ou político, dado referente à saúde ou à vida sexual, dado genético ou biométrico, quando vinculado a uma pessoa natural.
- “**Legislação de Proteção de Dados**” significa qualquer legislação nacional, decretos, regulamentos, inclusive normas regulatórias emitidas pela ANPD, aplicável à proteção da privacidade e de Dados Pessoais no contexto do Tratamento de Dados Pessoais, incluindo, mas não se limitando à Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais.
- “**Incidente de Segurança**” significa qualquer acesso não autorizado a Dados Pessoais e situações acidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração comunicação ou qualquer forma de Tratamento inadequado ou ilícito dos Dados Pessoais.
- “**Operadora**” significa a pessoa natural ou jurídica, de direito público ou privado, que realiza o tratamento de Dados Pessoais em nome da Contratante e em conformidade com suas instruções legais, ou seja, nos termos do Contrato.
- “**Titular de Dados Pessoais**” ou “**Titular**” significa a pessoa natural a quem se referem os Dados Pessoais que são objeto de Tratamento.

- “**Tratamento**” significa toda operação realizada com Dados Pessoais, como as que se referem a coleta, produção, recepção, classificação, utilização, acesso, reprodução, transmissão, distribuição, processamento, arquivamento, armazenamento, eliminação, avaliação ou controle da informação, modificação, transferência, difusão ou extração de dados.

1. Das Informações Tecnológicas e Confidenciais

Não disponibilizar as informações tecnológicas e confidenciais, que em razão do desempenho da prestação dos serviços objeto do Contrato nº ____/2024 tiver acesso, tais como códigos fontes dos softwares de propriedade da USCS, Sistema de Gestão Acadêmica, bem como informações de propriedade da USCS que eventualmente sejam acessadas pela Contratada na consecução do objeto, inclusive informações de clientes internos e externos. As demais informações confidenciais, incluindo, dentre outras, todas e quaisquer informações orais e/ou escritas, transmitidas e/ou divulgadas pela Contratante serão confidenciais, restritas e de propriedade desta.

Informações confidenciais e tecnológicas devem significar, sem se limitar, toda e qualquer informação, de natureza técnica, operacional, comercial, jurídica, know-how, planos de negócios, métodos de contabilidade, técnicas e experiências acumuladas, documentos, contratos, papéis, estudos, pareceres, pesquisas, códigos fontes, transmitida pela Contratante à Contratada.

2. Do Uso

A Contratada concorda em usar as informações confidenciais e tecnológicas recebidas da empresa como propósito restrito de se fazer cumprir o estabelecido no Contrato.

3. Da não Divulgação

A Contratada ao receber a informação confidencial somente poderá usá-la para o propósito estabelecido no item 2 acima e zelar para que tais informações confidenciais e tecnológicas não sejam de qualquer forma divulgadas ou reveladas a terceiros, utilizando-se, no mínimo, do mesmo zelo e cuidado que dispensa às suas próprias informações confidenciais.

4. Das Cópias

A Contratada fica desde já proibida de produzir cópias ou back-up sem licença da empresa, por qualquer meio ou forma, de quaisquer documentos fornecidos ou que tenham chegado ao seu conhecimento em virtude do Contrato, além daquelas imprescindíveis ao desenvolvimento de seu trabalho, considerando que todas sejam informações confidenciais.

5. Da Propriedade

Toda informação confidencial e tecnológica permanecerá sendo de propriedade da parte que revelar a informação confidencial, somente podendo ser usada pela parte receptora para os fins de execução do Contrato. Tais informações confidenciais e tecnológicas, incluídas as cópias realizadas serão retomadas à parte reveladora ou então destruídas pela parte receptora, tão logo que tenha terminado o prazo do Contrato.

6. Da Proteção de Dados Pessoais

Cada Parte se compromete a cumprir com o disposto na Legislação de Proteção de Dados na execução do objeto do Contrato. A Contratada poderá realizar o Tratamento de todos os Dados Pessoais em nome da Contratante nos termos do contrato limitando o acesso aos Dados Pessoais que tratar em nome da Contratante a seus colaboradores que tenham necessidade de acesso a tais Dados Pessoais para executarem as suas funções, assegurando que tais colaboradores sejam treinados com relação às obrigações de confidencialidade previstas nesse Termo e no Contrato, e concordem em cumpri-las.

6.1. A Contratada tratará os Dados Pessoais com a finalidade exclusiva e estritamente necessária ao cumprimento do Contrato e de acordo com as instruções legais da Contratante. A Contratada não irá realizar o Tratamento de Dados Pessoais para qualquer outra finalidade não prevista no

Contrato, a menos que seja autorizada previamente por escrito pelo(s) representante(s) legal(is) da Contratante.

6.2. A Contratada não poderá transferir quaisquer Dados Pessoais relacionados ao Contrato, inclusive no que concerne ao armazenamento de dados em nuvem, salvo se previamente autorizado, por escrito, pela Contratante.

6.3. Dentro do prazo de 15 (quinze) dias (a) após os Dados Pessoais não mais serem necessários para os propósitos do Contrato, ou (b) após o encerramento do prazo do Contrato, ou, ainda, (c) por qualquer razão, como a devolução ou migração dos Dados Pessoais a outra empresa, por decisão da Contratante, a Contratada deverá após, destruir todos os Dados Pessoais em sua posse ou controle em decorrência do Contrato. Não obstante o disposto acima, a Contratada poderá manter uma cópia dos Dados Pessoais necessários ao cumprimento do prazo previsto na legislação aplicável, devendo a Contratada, nesse caso, informar para a Contratante quais Dados Pessoais serão mantidos, o prazo de sua guarda e qual o fundamento legal que justifica essa retenção. Após o término do prazo legal, a Contratada deverá destruir imediatamente os referidos Dados Pessoais. Nessa hipótese, as obrigações relativas a Dados Pessoais previstas neste instrumento continuarão em vigor até que todos os referidos Dados Pessoais sejam destruídos.

6.4. Não obstante quaisquer obrigações previstas no Contrato estabelecendo padrões para sistemas, aplicações, arquivos de dados e outras ferramentas de tecnologia, a Contratada garante que adotou e implementou, e manterá durante o prazo do Contrato, as medidas organizacionais e técnicas de segurança para proteger os Dados Pessoais contra destruição indevida, compartilhamento irregular ou não-autorizado, perda acidental, alteração, acesso ou divulgação irregulares e/ou qualquer forma de Tratamento inadequado ou ilícito dos Dados Pessoais. A adequabilidade dessas medidas será avaliada à luz das técnicas mais modernas, custo de implementação, natureza dos Dados Pessoais e risco aos quais os Dados Pessoais estejam expostos. Essas medidas serão pelo menos iguais ou superiores a, cumulativamente: (i) qualquer regulamentação definida pela ANPD ou outro órgão governamental competente; (ii) padrões do ramo da Contratante e (iii) medidas que a Contratada adotar para proteger outro Dado Pessoal em sua posse ou controle.

6.5. Imediatamente e nunca em prazo superior a 24 (vinte e quatro) horas após tomar ciência ou suspeitar razoavelmente de qualquer Incidente de Segurança que possa comprometer a integridade, confidencialidade e/ou disponibilidade de qualquer Dado Pessoal, a Contratada deverá notificar a Contratante, por escrito, sobre tal fato. Referida notificação deverá, no mínimo:

(a) descrever a natureza dos Dados Pessoais afetados, as categorias e o número de titulares dos Dados Pessoais em questão;

(b) fornecer informações sobre os titulares de Dados Pessoais envolvidos;

(c) informar as medidas técnicas e de segurança utilizadas para a proteção dos Dados Pessoais;

(d) comunicar o nome e os detalhes de contato do encarregado ou responsável por proteção de Dados Pessoais da Contratada;

(e) descrever as prováveis consequências e riscos relacionados ao Incidente de Segurança;

(f) descrever as medidas adotadas ou propostas a serem adotadas para solucionar o Incidente de Segurança; e

(g) descrever as medidas que foram ou serão tomadas para reverter ou mitigar os efeitos das perdas relacionadas ao Incidente de Segurança.

6.6. A Contratada deverá cooperar com a Contratante e adotar as medidas razoáveis, conforme as instruções da Contratante para auxiliar na investigação, mitigação e correção de cada Incidente de Segurança, permitindo à Contratante (i) realizar uma investigação completa sobre o Incidente de Segurança, (ii) formular uma resposta correta e adotar medidas adicionais adequadas em relação ao Incidente de Segurança, a fim de atender a qualquer requisito da legislação aplicável.

6.7. As Partes concordam em coordenar e cooperar de boa-fé no desenvolvimento do conteúdo de quaisquer declarações públicas relacionadas ou de quaisquer avisos necessários para os Titulares afetados pelo Incidente de Segurança ou para a ANPD. A Contratada não deve informar terceiros sem antes obter o consentimento prévio, por escrito, da Contratante, a menos que seja exigida notificação pela legislação à qual a Contratada esteja sujeita. Nesse caso, a Contratada deverá, na

máxima extensão permitida pela legislação aplicável, informar a Contratante sobre tal requisito legal, fornecer uma cópia da(s) notificação(ões) proposta(s) e considerar os comentários feitos pela Contratante, antes de notificar a quaisquer terceiros sobre o Incidente de Segurança.

6.7.1. Se a Contratante incorrer em custos, diretos ou indiretos, em razão do Incidente de Segurança, incluindo investigar, remediar e mitigar o seu impacto, a Contratada concorda em reembolsar a Contratante dos respectivos custos. Mediante correção satisfatória do Incidente de Segurança, a Contratada concorda em tomar ações razoavelmente necessárias para evitar nova ocorrência e fornecerá declarações escritas para a Contratante sobre as medidas apropriadas que foram tomadas para proteger a Contratada contra a ameaça de uma ocorrência de fato similar.

6.8. A contratada notificará a contratante, imediatamente, sobre qualquer solicitação recebida de um titular cujos dados pessoais estejam sendo tratados pela contratada em razão do contrato. A contratada concorda em cumprir com todas as instruções razoáveis solicitadas pela contratante quanto à resposta a tal solicitação individual e a não responder a qualquer solicitação de titular de dados pessoais diretamente. Além disso, a contratada concorda em fornecer toda e qualquer assistência requerida pela contratante para responder, dentro do período exigido pela legislação de proteção de dados ou política da contratante, a qualquer solicitação individual recebida pela contratada ou pela contratante.

6.9. A Contratada concorda em responder total e em até 2 (dois) dias úteis a todos os questionamentos da Contratante relacionados ao Tratamento de Dados Pessoais relativos ao Contrato, e auxiliar a Contratante a responder total e prontamente aos questionamentos de qualquer autoridade competente relativos ao Tratamento de Dados Pessoais relacionado ao Contrato, incluindo a ANPD. A Contratada notificará a Contratante imediatamente de qualquer solicitação efetuada pela ANPD ou outra autoridade competente para divulgar Dados Pessoais que a Contratada trate em nome da Contratante, salvo se tal comunicação for proibida pela Legislação. Adicionalmente, a Contratada concorda em cooperar com a Contratante para responder ou objetar tal solicitação.

6.10. A Contratada concorda que, mediante requisição razoável da Contratante, disponibilizará suas instalações para auditoria de conformidade da Contratante em relação às obrigações deste Termo ou do Contrato, a ser realizada pela própria Contratante ou empresa designada pela Contratante. A Contratada deverá cooperar integral e satisfatoriamente com a referida auditoria. No caso dessa auditoria revelar falhas materiais ou fragilidades nos esforços de proteção de Dados Pessoais por parte da Contratada, a Contratante terá o direito de suspender ou terminar o Contrato, bem como a execução dos serviços que acarretam o Tratamento de Dados Pessoais até que tais medidas sejam resolvidas adequadamente.

6.11. A Contratada defenderá, indenizará e manterá indene a Contratante de quaisquer demandas, exigências, despesas, danos, perdas, custos, taxas ou penalidades decorrentes do descumprimento da Contratada da Legislação de Proteção de Dados, bem como do Contrato. Não obstante qualquer previsão no Contrato em contrário, as obrigações de indenização estabelecidas neste item não estarão sujeitas a nenhuma limitação de responsabilidade da Contratada.

6.12. A Contratada declara e garante que:

- (a) realizará Tratamento dos Dados Pessoais tão somente dentro dos limites e na medida em que for autorizado pela Contratada, conforme suas instruções explícitas;
- (b) caso a Contratada perceba que será incapaz de cumprir com os requisitos exigidos pela Legislação de Proteção da Dados, comunicará tal fato imediatamente e por escrito à Contratante, que poderá, a seu único e exclusivo critério, suspender a transferência de Dados Pessoais ou rescindir o Contrato;
- (c) irá realizar a criptografia de quaisquer Dados Pessoais Sensíveis armazenados em aparelhos portáteis, bem como de todo Dado Pessoal solicitado pela Contratante, dentro do que lhe for razoavelmente exigido;
- (d) não tem conhecimento de nenhum Incidente de Segurança nos últimos 5 (cinco) anos que possa afetar o Contrato ou a outra Parte; e
- (e) encontra-se plenamente capaz de cumprir com os termos e condições do presente Termo, do Contrato e da Legislação de Proteção de Dados e que, no evento de uma relevante alteração das

normas aplicáveis às atividades de Tratamento de Dados Pessoais que tenha potencial de modificar sua conformidade legal e contratual, notificará a Contratante imediatamente; e
(f) implementou todas as medidas organizacionais e técnicas de segurança exigidas nos termos do Contrato da Legislação de Proteção de Dados.

7. Da Responsabilidade

A Contratada se obriga a não discutir perante terceiros, usar, divulgar, revelar, ceder a qualquer título ou dispor das informações confidenciais para nenhuma pessoa, física ou jurídica e para nenhuma outra finalidade que não seja exclusivamente relacionada ao objeto referido, cumprindo-lhe adotar cautelas e precauções adequadas no sentido de impedir o seu uso indevido por qualquer pessoa que, por qualquer razão tenha tido acesso a elas.

Restituir imediatamente o documento ou outro suporte que contiver informações sigilosas à parte reveladora, sempre que esta as solicitar ou sempre que as informações deixarem de ser necessárias e, não guardar para si, em nenhuma hipótese, cópia, reprodução ou segunda via das mesmas.

8. Da violação

A Contratada que recebe e tem conhecimento de informação confidencial, reconhece e aceita que, na hipótese de violação de quaisquer das cláusulas deste Termo, estará sujeito as sanções e penalidades legais conforme a Lei nº 9.609/1998 e Lei nº 14.133/2021, sem prejuízo das perdas e danos que der causa, inclusive as de ordem moral ou concorrencial, bem como as de responsabilidades civis e criminais respectivas.

9. Do Prazo

A vigência da obrigação de confidencialidade, sigilo, proteção e responsabilidade pelos Dados Pessoais assumida pela minha pessoa por meio deste Termo e, por conseguinte a empresa denominada Contratada terá validade pelo tempo que perdurar o Contrato e disponibilização de informações por parte da Contratante.

São Caetano do Sul, ____ de _____ de 2024.

Nome do responsável pelo contrato

Testemunhas

Nome
CPF

Nome
CPF



ANEXO XIII

TERMO DE CIÊNCIA E NOTIFICAÇÃO – LC 01
(Contratos)

CONTRATANTE: Universidade Municipal de São Caetano do Sul

CONTRATADA: _____

CONTRATO Nº (DE ORIGEM): _____

OBJETO: Contratação de agência de publicidade e propaganda para a prestação de serviços técnicos e publicidade com vistas à elaboração de projetos e campanhas da Universidade Municipal de São Caetano do Sul, conforme as condições e as especificações constantes no Briefing, Termo de Referência e anexos.

Pelo presente Termo, nós, abaixo identificados:

1. Estamos Cientes de que:

- a) o ajuste acima referido, seus aditamentos, bem como o acompanhamento de sua execução contratual, estarão sujeitos a análise e julgamento pelo Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, cujo trâmite processual ocorrerá pelo sistema eletrônico;
- b) poderemos ter acesso ao processo, tendo vista e extraindo cópias das manifestações de interesse, Despachos e Decisões, mediante regular cadastramento no Sistema de Processo Eletrônico, conforme dados abaixo indicados, em consonância com o estabelecido na Resolução nº 01/2011 do TCESP;
- c) além de disponíveis no processo eletrônico, todos os Despachos e Decisões que vierem a ser tomados, relativamente ao aludido processo, serão publicados no Diário Oficial do Eletrônico do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo (<https://doe.tce.sp.gov.br/>), em conformidade com o artigo 90 da Lei Complementar nº 709, de 14 de janeiro de 1993, iniciando-se, a partir de então, a contagem dos prazos processuais, conforme regras do Código de Processo Civil;
- d) as informações pessoais do responsável pela contratante estão cadastradas no módulo eletrônico do “Cadastro Corporativo TCESP – CadTCESP”, nos termos previstos no artigo 2º da Instrução nº 01/2024, conforme “Declaração de Atualização Cadastral” anexa;
- e) é de exclusiva responsabilidade do contratado manter seus dados sempre atualizados..

2. Damo-nos por Notificados para:

- a) O acompanhamento dos atos do processo até seu julgamento final e consequente publicação;
- b) Se for o caso e de nosso interesse, nos prazos e nas formas legais e regimentais, exercer o direito de defesa, interpor recursos e o que mais couber.

São Caetano do Sul, ____ de _____ de 2024.

Autoridade Máxima da Universidade Municipal de São Caetano do Sul.

Nome: _____

Cargo: _____

CPF: _____

Responsável pela Homologação do Certame.

Nome: _____
Cargo: _____
CPF: _____
Assinatura: _____

Responsáveis que assinam o Contrato

Pela USCS:

Nome: _____
Cargo: _____
CPF: _____
Assinatura: _____

Pela Contratada:

Nome: _____
Cargo: _____
CPF: _____
Assinatura: _____

Ordenador de Despesas da Universidade Municipal de São Caetano do Sul

Nome: _____
Cargo: _____
CPF: _____
Assinatura: _____

Agentes públicos responsáveis pela gestão do instrumento contratual

Gestor do Contrato

Nome: _____
Cargo: _____
CPF: _____
Assinatura: _____

Fiscalizador Técnico do Contrato

Nome: _____
Cargo: _____
CPF: _____
Assinatura: _____

Demais Responsáveis (*):

Tipo de ato sob sua responsabilidade:
Nome: _____
Cargo: _____
CPF: _____
Assinatura: _____

(*) - O Termo de Ciência e Notificação deve identificar as pessoas físicas que tenham concorrido para a prática do ato jurídico, na condição de ordenador da despesa; de partes contratantes; de responsáveis por ações de acompanhamento, monitoramento e avaliação; de responsáveis por processos licitatórios; de responsáveis por prestações de contas; de responsáveis com atribuições previstas em atos legais ou administrativos e de interessados relacionados a processos de competência deste Tribunal. Na hipótese de prestações de contas, caso o signatário do parecer conclusivo seja distinto daqueles já arrolados como subscritores do Termo de Ciência e Notificação, será ele objeto de notificação específica.



ANEXO XIV

DECLARAÇÃO DE DOCUMENTOS À DISPOSIÇÃO DO TCE-SP – LC 02

CONTRATANTE: UNIVERSIDADE MUNICIPAL DE SÃO CAETANO DO SUL

CNPJ Nº: 44.392.215/0001-70

CONTRATADA:

CNPJ Nº:

CONTRATO Nº ____/2024

DATA DA ASSINATURA: ____/____/2024

VIGÊNCIA: 12 meses.

OBJETO: Contratação de agência de publicidade e propaganda para a prestação de serviços técnicos e publicidade com vistas à elaboração de projetos e campanhas da Universidade Municipal de São Caetano do Sul, conforme as condições e as especificações constantes no Briefing, Termo de Referência e anexos.

Valor Global do Contrato R\$ _____ (_____)

Declaro, na qualidade de responsável pela entidade supra epigrafada, sob as penas da Lei, que os demais documentos originais, atinentes à correspondente licitação, encontram-se no respectivo processo administrativo arquivado na origem à disposição do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, e serão remetidos quando requisitados.

São Caetano do Sul, ____ de _____ de 2024.

Prof. Dr. Leandro Campi Prearo – Reitor
e-mail: leandro.prearo@online.uscs.edu.br
Universidade Municipal de São Caetano do Sul - USCS

Universidade Municipal de São Caetano do Sul

www.uscs.edu.br  uscsocial  uscsonline

Campus Barcelona: Av. Goiás, 3.400 - Bairro Barcelona | São Caetano do Sul - SP | **Campus Centro:** Rua Santo Antônio, 50 - Centro | São Caetano do Sul - SP
Campus Conceição: Rua Conceição, 321 - Bairro Santo Antônio | São Caetano do Sul - SP | **Campus Pós Lato:** Rua Manoel Coelho, 600 (6º andar) - Centro | São Caetano do Sul - SP
Campus São Paulo: Rua Treze de Maio, 681 - Bairro Bela Vista | São Paulo - SP

Editais de Chamamento Público 01/2024

Processo Compras nº 343/2024
Concorrência nº 01/2024

Tema: Formação de Subcomissão Técnica para análise e avaliação das propostas técnicas que serão apresentadas no processo licitatório, modalidade **Concorrência Pública nº 01/2024**, cujo julgamento dar-se-á sob o tipo técnica e preço.

A Universidade Municipal de São Caetano do Sul, com sede na avenida Goiás, 3400, Bairro Barcelona, São Caetano do Sul, neste ato representada pela Comissão de Contratação, torna público, que se acha aberto, Chamamento Público para inscrição de profissionais das áreas de comunicação, publicidade ou marketing, ou que atuem em uma dessas áreas, visando formar Subcomissão Técnica para análise e avaliação de propostas técnicas, vinculadas ao processo de compras em referência, que tem por objeto a contratação de agência de propaganda para a prestação de prestação de serviços técnicos de publicidade e propaganda visando a elaboração de projetos e campanhas da Universidade Municipal de São Caetano do Sul, em conformidade com os §§1º, 2º e 3º do artigo 10, da Lei Federal nº 12.232/10.

Prazo para inscrição: Para efetivar a inscrição de participação no sorteio de formação da Subcomissão Técnica, os interessados deverão preencher e entregar a ficha de cadastramento de pessoa física e documentos (anexos A e B, que integram este edital de chamamento público), por meio do endereço eletrônico e-mail licitacao@online.uscs.edu.br ou na sede da Universidade USCS, a partir do dia 21 de junho de 2024 até o dia 28 de junho de 2024.

A entrega dos documentos comprobatórios para efetivar a inscrição nos termos do item 2 deste edital (chamamento) será realizada no departamento de licitação/compras.

A relação dos profissionais inscritos, bem como a data da sessão pública para sorteios dos nomes, será publicada, oportunamente, no Diário Oficial Eletrônico de São Caetano do Sul, conforme estabelece o artigo 10, § 4º, da Lei Federal nº 12.232/2010.

O interessado poderá obter o edital, gratuitamente, através do sitio da Universidade USCS disponível no link <http://licitacao.uscs.edu.br/web> ou solicitar via “e-mail”, através do endereço eletrônico licitacao@online.uscs.edu.br até o último dia do prazo de inscrição para participação no sorteio de formação da Subcomissão Técnica.

Para eventuais informações/consultas ao edital, o interessado poderá ainda obtê-las presencialmente, em dias úteis, na sede da Universidade, departamento de licitações/compras, acessado pela Rua Maceió, 177, Bairro Barcelona, portaria 4, no horário comercial (das 08:30 - 12:00 e das 13:00 - 17:30)

PROCEDIMENTO PARA INSCRIÇÃO E SELEÇÃO DOS MEMBROS DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA**1. Do Objetivo da Subcomissão Técnica**

1.1. Os profissionais sorteados irão atuar na subcomissão técnica, a qual tem como objetivo

analisar, avaliar e julgar as propostas técnicas que compõem o Plano de Comunicação Publicitária. Referido Plano será apresentado por agências de propaganda interessadas em participar da licitação promovida pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, na modalidade “Concorrência Pública”, de forma presencial, tipo “melhor técnica e preço”, para a contratação de serviços de publicidade.

- 1.2. Consoante o artigo 10, § 3º, da Lei Federal nº 12.232/2010, as propostas técnicas apresentadas pelas licitantes serão analisadas e julgadas por **Subcomissão Técnica**, constituída por pelo menos **03 (três)** membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que atuem em uma dessas áreas.
- 1.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação 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 qualquer vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a **Universidade USCS**.
- 1.4. Havendo quantidade suficiente de inscritos, a **Universidade** poderá sortear quantidade superior ao limite mínimo exigido para a composição da Subcomissão Técnica referida, visando possibilitar a formação de cadastro de reserva, sequenciado pela ordem sorteada, que terá por finalidade possibilitar a substituição dos membros titulares, nos casos de impedimento, que serão convocados eventualmente pela **USCS**, se necessário.

2. Das Condições da Inscrição

- 2.1. A inscrição do profissional para integrar a Subcomissão Técnica será efetivada no prazo, horário e local definidos no preâmbulo deste Edital, mediante a apresentação dos seguintes documentos:
 - 2.1.1. Ficha de inscrição contendo declaração assinada, preferencialmente de forma digital, de que mantém ou não mantém vínculo funcional ou contratual com a Universidade Municipal de São Caetano do Sul - anexo I deste Termo de Chamamento Público;
 - 2.1.2. Diploma, devidamente registrado, de conclusão de curso de graduação na área de comunicação, publicidade ou marketing, fornecido por instituição de ensino superior reconhecido pelo Ministério da Educação ou comprovação de que atue em uma dessas áreas;
 - 2.1.3. Cédula de Identidade ou documento equivalente com foto;
 - 2.1.4. Comprovante de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas – CPF.
- 2.2. A Universidade Municipal de São Caetano do Sul - USCS não se responsabilizará pelas despesas de transporte, ou eventual hospedagem, necessários ao comparecimento dos integrantes da subcomissão nas sessões públicas.
- 2.3. Estão impedidas de se inscreverem:
 - 2.3.1. Pessoas jurídicas;
 - 2.3.2. Pessoas físicas que estejam enquadradas nas seguintes situações:
 - 2.3.2.1. Que não atendam ao previsto neste edital de chamamento público;
 - 2.3.2.2. Que componham o quadro funcional, seja sócio ou dirigente de agência interessada em participar do certame licitatório onde haverá atuação da subcomissão;
 - 2.3.2.3. Que possua relação de parentesco até terceiro grau com agente público da **Contratante** que atue nas áreas intervenientes ao processo de contratação.

2.4. O inscrito que não tiver prévio conhecimento acerca do interesse de participação da agência, da qual integre o quadro funcional, na licitação ou que passe a integrar agência interessada após sorteado para a Comissão deverá abster-se da atuação do certame específico ao qual sua agência participará, declarando-se impedido ou suspeito, nos mesmos moldes do §6º do artigo 10 da Lei federal 12.232/2010.

3. Da Escolha dos Membros da Subcomissão Técnica

3.1. A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, em data, horário e local que serão oportunamente divulgados no Diário Oficial do Município de São Caetano do Sul.

3.2. Após o término do prazo de inscrição, a relação dos profissionais inscritos será publicada Diário Oficial do Município de São Caetano do Sul, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

3.2.1. Qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o item anterior, mediante fundamentos jurídicos plausíveis, no prazo de até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio.

3.2.1.1. Recebida a impugnação, será dada ciência ao impugnado, que terá o direito de abster-se de atuar na subcomissão técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

3.2.1.2. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, na elaboração e na publicação de nova lista, sem o nome do impugnado, respeitado o disposto no artigo 10 da Lei Federal nº 12.232/2010.

3.2.1.3. A impugnação não poderá ser feita por intermédio de fax, e-mail ou correio, devendo a mesma ser protocolada no departamento de licitação/compras junto à Comissão de Contratação, designada pela portaria 136/2024 da Universidade Municipal de São Caetano do Sul, situada na rua Maceió, 177, Bairro Barcelona, São Caetano do Sul, ao Presidente da Comissão de Licitação.

3.3. A sessão pública para os sorteios dos nomes que irão compor a Subcomissão Técnica será realizada pela Comissão de Contratação da USCS, após a decisão motivada de eventual impugnação, em data previamente designada, observando o prazo de 10(dez) dias estabelecido no artigo 10, § 4º, da Lei Federal nº 12.232/2010.

3.3.1. Só será admitida nova impugnação em relação a nomes que não estavam na relação anteriormente publicada.

3.4. A fiscalização do sorteio poderá ser feita por qualquer interessado.

3.5. O resultado dos sorteios será publicado no Diário Oficial do Município de São Caetano do Sul.

3.6. Os membros da subcomissão técnica não serão remunerados.

3.7. Em caráter compensatório, todos os componentes receberão **Certificado/ Declaração**, o qual indicará a carga horária e os serviços técnicos profissionais prestados para a USCS durante o período, atestando a relevância curricular da atuação.

3.8. A Universidade Municipal de São Caetano do Sul garantirá que as sessões públicas sejam agendadas previamente, para que não haja prejuízo de participação dos interessados, bem como cuidará para que tais membros não sejam solicitados para atuação em quantidade superior a 03 (três) sessões durante a realização do certame,

estimando-se, porém, uma demanda de 02 (duas) sessões, as quais poderão ensejar, aproximadamente, de duas a quatro horas por sessão, visando não prejudicar as atividades laborais e / ou cotidianas de cada integrante da subcomissão técnica.

- 3.9.** A **USCS** emitirá ainda, declaração de participação do membro na Subcomissão Técnica, relacionando a sua atuação no referido certame, bem como se disponibilizará a apresentar formalmente a solicitação de liberação de servidor público ou funcionário de empresa privada, visando possibilitar as devidas justificativas de sua ausência laboral, conforme descrito no **Anexo E** deste Termo de Chamamento Público.

4. Da Vigência

- 4.1.** A vigência da composição da Subcomissão Técnica objeto deste edital se encerrará com a conclusão da Concorrência Pública 01/2024 da Universidade Municipal de São Caetano do Sul, sem prejuízo, no entanto, de a Administração consultar os inscritos sobre o seu interesse em participar de outros sorteios para a composição de subcomissões de certames afins.

5. Disposições Gerais

- 5.1.** Todas as condições deste edital serão processadas em conformidade com a Lei Federal nº 12.232/2010, aplicando-se subsidiariamente as Leis Federais números 4.680/1965 e 14.133/2021.
- 5.2.** Os casos omissos serão resolvidos pela Autoridade Competente.
- 5.3.** A homologação do resultado do chamamento, bem como a realização da sessão pública para o sorteio não implicará obrigatoriedade de convocação de seus membros para atuação, caso não ocorra a licitação ensejada, tampouco no direito a indenizações de qualquer natureza que visem compensar disponibilidade espontânea dos inscritos.
- 5.4.** Dos atos praticados e das sessões públicas realizadas, a Administração procederá ao efetivo registro em **Ata Circunstanciada**, na qual estarão registrados todos os autos do procedimento e as ocorrências relevantes, que estarão disponíveis para consulta.

São Caetano do Sul, 19 de junho de 2024.

Orlando Antônio Bonfatti

Pró-Reitor Administrativo e Financeiro



ANEXO "A"

Ficha para Inscrição dos Candidatos a Membros da Subcomissão Técnica

Processo Compras nº 343/2024

Concorrência nº 01/2024

Nome: _____

Nacionalidade: _____

Profissão: _____

Local de Trabalho: _____

Número do Documento de Identificação: _____

Número do Cadastro de Pessoa Física CPF: _____

Endereço: _____

Cidade: _____ CEP _____

Número de telefone (____) _____

Endereço de e-mail: _____

Solicito minha inscrição com o intuito de participar dos sorteios para integrar a Subcomissão Técnica, a qual será responsável pela análise e julgamento das propostas técnicas que serão apresentadas na licitação, vinculada ao processo de compras 343/2024, modalidade Concorrência Pública, promovida pela **Universidade Municipal de São Caetano do Sul - USCS**, objetivando a contratação de Agência Publicidade e Propaganda para prestação de serviços de publicidade, nos termos do artigo 10 da Lei Federal nº 12.232/2010.

Declaro, para os fins a que se destina, e para efetivo atendimento do que dispõem os §§ 1º e 9º do artigo 10 da Lei Federal nº 12.232/2010, que (mantenho / não mantenho) vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto com a USCS.

Declaro, ainda, que estou ciente da íntegra do respectivo edital e, para atendimento, anexo os documentos exigidos.

São Caetano do Sul, _____ de junho de 2024.

Nome e assinatura do candidato

Observação: Em caso de vínculo com a Universidade Municipal de São Caetano do Sul, deverá ser anexada cópia do documento comprobatório.

Universidade Municipal de São Caetano do Sul

www.uscs.edu.br  uscsoficial  uscsonline

Campus Barcelona: Av. Goiás, 3.400 - Bairro Barcelona | São Caetano do Sul - SP | **Campus Centro:** Rua Santo Antônio, 50 - Centro | São Caetano do Sul - SP

Campus Conceição: Rua Conceição, 321 - Bairro Santo Antônio | São Caetano do Sul - SP | **Campus Pós Lato:** Rua Manoel Coelho, 600 (6º andar) - Centro | São Caetano do Sul - SP

Campus São Paulo: Rua Treze de Maio, 681 - Bairro Bela Vista | São Paulo - SP



ANEXO B

Protocolo de Inscrição e de entrega dos documentos para sorteio dos Membros da Subcomissão Técnica

Processo Compras nº 343/2024

Concorrência nº 01/2024

Nome: _____ CPF: _____

Declaro que o profissional acima qualificado compareceu nesta data à Universidade Municipal de São Caetano do Sul, em caráter espontâneo, munido dos documentos abaixo relacionados, para atender ao Chamamento Público vinculado ao Edital da Concorrência Pública 01/2024, solicitando o recebimento de sua inscrição para participar do sorteio que resultará na formação da Subcomissão Técnica responsável pela análise e julgamento das propostas técnicas que serão apresentadas no processo licitatório em referência que será promovido pela USCS, para contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade, nos termos do artigo 10 da Lei Federal nº 12.232/2010.

E tendo conferido a documentação e verificação de assinatura da declaração, constante da Ficha de Inscrição, anexo II, comprova-se que o candidato inscrito afirma (*manter / não manter*) vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com esta Universidade, para efeito de atendimento do que dispõem os §§ 1º e 9º do artigo 10 da Lei Federal nº 12.232/2010.

Declaro, ainda, que protocolei os documentos exigidos no item **2.1.** deste edital em cópia autenticada ou cópia simples à vista do original, que ficaram de posse da Comissão de Contratação, quais sejam:

- a) Ficha de inscrição, contendo declaração assinada (preferencialmente de forma digital) de que mantém ou não mantém vínculo funcional ou contratual com a Universidade Municipal de São Caetano do Sul, **anexo "A"**;
- b) Cópia do Diploma, devidamente registrado, de conclusão de curso de graduação na área de comunicação, publicidade ou marketing, fornecido por instituição de ensino superior reconhecido pelo Ministério da Educação ou comprovação de que atue em uma dessas áreas;
- c) Cópia da Cédula de Identidade ou documento equivalente com foto;
- d) Cópia do Comprovante de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas - CPF.

São Caetano do Sul, _____ de junho de 2024

Comissão de Contratação

Universidade Municipal de São Caetano do Sul

www.uscs.edu.br  uscsocial  uscsonline

Campus Barcelona: Av. Goiás, 3.400 - Bairro Barcelona | São Caetano do Sul - SP | **Campus Centro:** Rua Santo Antônio, 50 - Centro | São Caetano do Sul - SP

Campus Conceição: Rua Conceição, 321 - Bairro Santo Antônio | São Caetano do Sul - SP | **Campus Pós Lato:** Rua Manoel Coelho, 600 (6º andar) - Centro | São Caetano do Sul - SP

Campus São Paulo: Rua Treze de Maio, 681 - Bairro Bela Vista | São Paulo - SP



ANEXO C

Comunicado acerca da data de realização do sorteio dos membros para formação da Subcomissão Técnica

Processo Compras nº 343/2024

Concorrência nº 01/2024

AVISO DE COMPOSIÇÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

A Universidade Municipal de São Caetano do Sul, por meio da Comissão de Contratação, comunica a realização de sorteio para a formação de Subcomissão Técnica que atuará no processo licitatório modalidade Concorrência Pública do tipo “Técnica e Preço” para julgamento das propostas técnicas que serão apresentadas na licitação em referência, cujo objeto será executado sob o regime de execução indireta (empreitada por preço unitário), vinculada ao processo de compras 343/2024, que será regido sob a égide da Lei Federal 12.232/2010 e, subsidiariamente pelas Lei 4680/1965 e Lei Federal 14.133/2021 e 4.680/1965 e demais normas aplicáveis à espécie e disposições deste Edital.

A **Sessão Pública de Sorteio dos Membros da Subcomissão Técnica**, dar-se-á no dia ____ de **julho de 2024**, respeitando-se o prazo mínimo de 10 dias estabelecidos no item de 3.3 do edital de chamamento público vinculado ao processo de compras 343/2024 da Universidade USCS.

A Subcomissão Técnica será constituída por 03 (três) membros, formados em comunicação, publicidade ou marketing, ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que 2 (dois) deles não poderão manter vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a **USCS**.

A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, dentre 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 Universidade.

Candidatos com vínculo funcional	CPF
1)	000.***.***-00
2)	
3)	
4)	
5)	
6)	
7)	
Candidatos sem vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a USCS (artigo 10 Lei nº 12.232/2010)	CPF
1)	000.***.***-00
2)	
3)	
4)	
5)	

Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer pessoa poderá impugnar algum integrante da relação de cadastrados, mediante fundamentos

jurídicos plausíveis.

Recebida a impugnação, será dada ciência ao impugnado, que 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.

Só será admitida nova impugnação em relação a nomes que não estavam na relação anteriormente publicada.

A data da sessão pública do sorteio 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 USCS.

São Caetano do Sul, _____ de julho de 2024

Comissão de Contratação

Termo de Confidencialidade de Integrante da Subcomissão Técnica

Processo Compras nº 343/2024

Concorrência nº 01/2024

1. Eu, _____, integrante da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento técnico do presente processo de Concorrência Pública 01/2024, destinada à contratação de Agência de Propaganda a ser realizada pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, cujo processo será regido pelas Leis Federais 12.232/2010 e 14.133/21, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade com relação ao conteúdo das Propostas Técnicas apresentadas no certame pelos proponentes interessados em celebrar contrato com esta administração, bem como no que concerne às informações de caráter de seu julgamento e pontuações atribuídas aos quesitos e subquesitos analisados.
2. Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei Federal 2.813/2013 e da Lei 14.133/21, a:
 - I **Não** divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiro, obtida em razão das atividades exercidas nesta Subcomissão Técnica;
 - II **Não** exercer atividade que implique a prestação de serviços ou manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;
 - III **Não** exercer, direta ou indiretamente, atividade que, em razão da sua natureza, seja incompatível com as atribuições da Subcomissão Técnica que agora ocupo para a análise e julgamento das Propostas Técnicas da Concorrência em comento;
 - IV **Não** atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;
 - V **Não** praticar ato em benefício de pessoa jurídica que participe meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possam ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Subcomissão Técnica;
 - VI **Não** receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Subcomissão Técnica, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento;
 - VII **Não** prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja **Contratada** pelo ente ao qual estou vinculado, ou responsável pela presente contratação; e
 - VIII **Não** compor o quadro funcional, ou tornar-me sócio ou dirigente, de agência interessada em participar do certame licitatório onde haverá atuação da subcomissão.

São Caetano do Sul, _____ de julho de 2024

Nome e assinatura do integrante da Subcomissão Técnica



ANEXO E

Declaração de Participação no Processo de Análise e Julgamento Técnico

Processo Compras nº 343/2024

Concorrência nº 01/2024

A **Universidade Municipal de São Caetano do Sul - USCS** declara para os devidos fins e a quem interessar possa que o profissional abaixo qualificado compõe a Subcomissão Técnica para julgamento das propostas técnicas apresentadas na licitação, modalidade Concorrência Pública nº **01/2024**, cuja escolha do melhor proponente será definido a partir do julgamento do tipo “melhor técnica e preço”, instaurada objetivando a contratação de agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010, conforme Chamamento Público constante no referido edital de Concorrência Pública.

Nome do Profissional: _____

Formação: _____

Registro Profissional: _____

Local de Trabalho: _____

CPF: _____

Endereço: _____

Cidade: _____ CEP: _____

Telefone: (____) _____ E-mail: _____

Declara, ainda, que o profissional esteve nesta **Universidade USCS** na(s) data(s) de ____ de ____ de 2024, para atuação na licitação referente à Concorrência Pública **01/2024**, com reconhecida e indispensável participação técnica no certame, sendo de sua responsabilidade, na condição de integrante da Subcomissão Técnica, a análise e julgamento das propostas técnicas apresentadas, nos termos do artigo 10 da Lei Federal nº 12.232/2010.

E, por ser expressão da verdade, firmamos o presente Termo de reconhecimento em duas vias de igual forma e teor.

São Caetano do Sul, ____ de _____ de 2024

Nome e assinatura do emissor da USCS

Nome e assinatura do integrante da Subcomissão Técnica

Universidade Municipal de São Caetano do Sul

www.uscs.edu.br  uscsocial  usconline

Campus Barcelona: Av. Goiás, 3.400 - Bairro Barcelona | São Caetano do Sul - SP | **Campus Centro:** Rua Santo Antônio, 50 - Centro | São Caetano do Sul - SP
Campus Conceição: Rua Conceição, 321 - Bairro Santo Antônio | São Caetano do Sul - SP | **Campus Pós Lato:** Rua Manoel Coelho, 600 (6º andar) - Centro | São Caetano do Sul - SP
Campus São Paulo: Rua Treze de Maio, 681 - Bairro Bela Vista | São Paulo - SP