

**EDITAL DE CONCORRÊNCIA N.º 01/2024**

**ABERTURA DA SESSÃO PÚBLICA: 29/08/2024.**

**HORÁRIO: 09:30 HORAS.**

**Processo Administrativo nº 1356/2024**

**OBJETO: Contratação de 01 (uma) Agência de Propaganda, para a prestação de serviços de publicidade, destinados ao Sistema de Água, Esgoto e Saneamento Ambiental de São Caetano do Sul – SAESA-SCS**

**Tipo: Técnica e Preço.**

**Regime: Execução indireta, empreitada por preço unitário.**

**1. DISPOSIÇÕES INICIAIS**

1.1 O SAESA-SCS – Sistema de Água, Esgoto e Saneamento Ambiental de São Caetano do Sul, doravante denominada simplesmente “SAESA”, por intermédio da Comissão Especial de Licitação instituída pela Portaria n.º 029/2024, de 24 de junho de 2024, torna público que realizará **Concorrência**, do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda.

1.2 Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, no regime de empreitada por preço unitário sob a égide da Lei Federal nº 12.232/10, alterada pela Lei nº 14.356/22, mediante a aplicação, de forma subsidiária, da Lei Federal nº 4.680/65, regulamentada pelos Decretos nºs. 57.690/66 e 4.563/02.

1.2.1 Aplicam-se também a esta Concorrência de forma complementar a Lei Federal nº 14.133/2021, Decreto Municipal nº 11.914/2023, bem como as regras contidas nas Normas Padrão da Atividade Publicitária, tuteladas pelo **CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS PADRÃO – CENP**, e as disposições deste Edital.

**2. RECEBIMENTO E ABERTURA DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS**

2.1 Os invólucros com as Propostas Técnica e de Preços serão recebidos como segue:

➡ **DIA: 29/08/2024.**

➡ **HORA: 09:30 horas.**

➔ **LOCAL: Sala de Licitações do SAESA-SCS situada no pavimento superior do prédio sede, localizado à Av. Fernando Simonsen, nº 303 – Bairro Cerâmica – São Caetano do Sul – SP.**

- 2.1.1 Se não houver expediente nessa data, os invólucros serão recebidos no primeiro dia útil subsequente.
- 2.1.2 A abertura dos invólucros e demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital e na legislação aplicável.
- 2.2 Os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Comissão Permanente Julgadora de Licitações.

**2.2. Diante da previsão constante do item 25.1., não serão aplicadas ao presente certame as disposições constantes dos artigos 42 a 49 da Lei Complementar 123, de 14 de dezembro de 2006, com fulcro no artigo 4º, parágrafo 1º, inciso I da Lei 14.133/21.**

### **3. OBJETO**

3.1. O objeto da presente Concorrência é a contratação de 01 (uma) Agência de Propaganda, para a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, intermediação, supervisão e execução de estratégias e ações de publicidade e atividades complementares, assim como a distribuição da comunicação aos veículos.

3.2. Os serviços de publicidade contratados terão por objeto somente as atividades previstas no Artigo 2º, da Lei nº 12.232/2010, sendo **vedada** a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas, de patrocínio ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, bem como as de pesquisas de opinião que contém em seu bojo assuntos eleitorais e/ou políticos.

3.3. Compreende-se como ação publicitária, o conjunto de peças e materiais publicitários concebidos e desenvolvidos pela agência de propaganda, mediante demanda do anunciante, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

3.4. Compreende-se como estratégia publicitária, a elaboração e execução do plano de ações publicitárias.

3.5. Compreende-se como agência de propaganda, a empresa especializada na arte e na técnica publicitária, que, por meio de técnicos e especialistas, estuda, planeja, conceitua, concebe, cria, executa internamente, intermedeia e supervisiona a execução externa e distribui publicidade.

3.6. Compreende-se como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- À produção, à execução técnica e à veiculação das peças e projetos criados, como, por exemplo, a contratação de empresa especializada para envio de material aos veículos/exibidoras (via link, SD ou outra mídia) ou mesmo para conversão de formato e/ou extensão para veiculação em mídia específica (como no caso para exibição em cinemas), entre outros;

- Ao planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias, sobre os resultados das campanhas realizadas e das campanhas em desenvolvimento, relacionados à publicidade do SAESA, como, por exemplo, a elaboração de estratégia e a contratação de serviços especializados em pesquisa pela internet, assim como a mensuração de resultados das ações de comunicação realizadas na rede, entre outros

- À criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com as novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das estratégias publicitárias, como, por exemplo, a elaboração e execução de ações pela internet, assim como contratação de impulsionamento (método de veiculação nas principais plataformas da rede) e de mídia programática, entre outros.

3.7. Ressalta-se que as pesquisas citadas anteriormente têm a exclusiva finalidade de:

- Gerar conhecimento sobre o mercado ou ambiente de atuação do SAESA., o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

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

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

3.8. O planejamento objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) como digitais (on-line) para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos

desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

3.9. Não está contemplada no objeto a divulgação de publicidade oficial, assim entendida a publicação de documentos e informações determinadas por força de lei ou regulamento, veiculada via Diário Oficial Eletrônico do Município de São Caetano do Sul.

3.10. Também **não se abrange neste objeto** as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos.

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

#### **4. RETIRADA DO EDITAL**

4.1. As empresas interessadas em participar do presente certame, deverão retirar o Edital completo e seus anexos por meio eletrônico <https://portais.saocaetanodosul.sp.gov.br/licitacoes-saesa/Portal>, ou, caso não seja possível a retirada por meio eletrônico, o mesmo estará à disposição no Seção de Licitações e Gestão de Contratos do SAESA-SCS, situado no pavimento superior do prédio sede do Sistema de Água, Esgoto e Saneamento Ambiental de São Caetano do Sul, localizado à Av. Fernando Simonsen, 303 – Bairro Cerâmica, São Caetano do Sul/SP. A empresa interessada em adquirir o Edital pessoalmente deverá na ocasião da aquisição disponibilizar mídia removível (pen-drive);

4.2. O interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar no Diário Oficial Eletrônico de São Caetano do Sul e no endereço eletrônico, citado no item anterior, eventuais alterações ou informações sobre esta concorrência.

#### **5. ESCLARECIMENTO E IMPUGNAÇÃO AO EDITAL**

5.1. Qualquer pessoa é parte legítima para impugnar o presente edital por irregularidade na aplicação da legislação vigente ou para solicitar esclarecimento sobre os seus termos, devendo protocolar o pedido até 3 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame, em quaisquer das seguintes formas:

➤ **por correspondência: protocolada na Seção de Licitações e Gestão de Contratos, pavimento superior do prédio sede, situado à Av. Fernando**

**Simonsen, nº 303 – Bairro Cerâmica, em São Caetano do Sul-SP, de 2ª a 6ª  
feira das 8:30 às 17:00 horas;**

➔ **pelo e-mail: [esclarecimento.lic@saesascsp.gov.br](mailto:esclarecimento.lic@saesascsp.gov.br)**

5.1.1. A resposta à impugnação ou ao pedido de esclarecimento será divulgada no site do SAESA: <https://portais.saocaetanodosul.sp.gov.br/licitacoes-saesa/Portal>, no prazo de até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame.

5.1.1.1. Por se tratar de licitação para contratação de agência de publicidade, e pela exigência contida, por exemplo, no art.6º, XII da Lei nº 12.232/2010, não haverá a identificação do consulente, na resposta divulgada.

5.1.1.2. Caso o pedido de esclarecimento seja elaborado por pretensa licitante, esta não deverá utilizar nenhum termo que possibilite a identificação de sua Proposta Técnica, referente ao Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada).

5.1.3 Aos interessados, cabe acessar assiduamente o sítio eletrônico do SAESA para se manter atualizados sobre o andamento do certame

5.1.4. Qualquer interessado, nos termos do § 4º do artigo 170 da Lei 14.133/21, poderá representar junto aos órgãos de controle interno e ao Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, caso a irregularidade arguida em sede de Impugnação, ou não tenha, através do pedido de esclarecimento, sanado as dúvidas suscitadas.

## **6. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO**

6.1. Poderá participar desta Concorrência a agência de propaganda que atender às condições estabelecidas nas legislações pertinentes ao objeto do presente certame, deste Edital, e apresentar os documentos nele exigidos.

6.2. Não poderá participar desta concorrência a agência de propaganda:

a) Que se encontrem em regime de recuperação judicial ou em processo de falência, sob concurso de credores, dissolução ou liquidação, exceto empresa em recuperação judicial, desde que apresentem durante a fase de habilitação o Plano de Recuperação, já homologado pelo juiz competente e em pleno vigor, sem prejuízo do atendimento de todos os requisitos de habilitação econômico-financeira estabelecido neste Edital, nos termos da Súmula 50 do TCESP;

b) Reunidas em Consórcio;

- c) autor do anteprojeto, do projeto básico ou do projeto executivo, pessoa física ou jurídica, quando a licitação versar sobre obra, serviços ou fornecimento de bens a ele relacionados;
- d) empresa, isoladamente ou em consórcio, responsável pela elaboração do projeto básico ou do projeto executivo, ou empresa da qual o autor do projeto seja dirigente, gerente, controlador, acionista ou detentor de mais de 5% (cinco por cento) do capital com direito a voto, responsável técnico ou subcontratado, quando a licitação versar sobre obra, serviços ou fornecimento de bens a ela necessários;
- e) pessoa física ou jurídica que se encontre, ao tempo da licitação, impossibilitada de participar da licitação em decorrência de sanção que lhe foi imposta;
- f) aquele que mantenha vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, devendo essa proibição constar expressamente do edital de licitação;
- g) empresas controladoras, controladas ou coligadas, nos termos da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, concorrendo entre si;
- h) pessoa física ou jurídica que, nos 5 (cinco) anos anteriores à divulgação do edital, tenha sido condenada judicialmente, com trânsito em julgado, por exploração de trabalho infantil, por submissão de trabalhadores a condições análogas às de escravo ou por contratação de adolescentes nos casos vedados pela legislação trabalhista.
- i) estrangeira que não funcione no País;
- j) Declaradas inidôneas, de licitar ou contratar com a Administração Pública, nos termos do artigo 156, §§ 4º e 5º da Lei nº 14.133/21 ou, ainda, que possuam qualquer outro impedimento legal para tanto
- k) Que estiver inscrito em qualquer um dos cadastros:
- Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (Ceis);
  - Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep);
  - Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Atos de Improbidade Administrativa e Inelegibilidade ( Cnia – CNJ)
  - Impedimento Contrato/Licitação – Tribunal de Contas do Estado de São Paulo
  - CADIN de São Caetano do Sul

6.3. A participação no presente processo licitatório implica, tacitamente, para a licitante, a confirmação de que recebeu da Comissão Especial de Licitação o Invólucro nº 1 e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes no Edital e em seus anexos; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor; e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

6.4. Os serviços de publicidade serão contratados em agência de propaganda, cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei Federal nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do artigo 4º, da Lei nº 12.232/10.

## **7. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES**

Antecedendo o ato de credenciamento das empresas participantes, o SAESA procederá a verificação junto aos Órgãos competentes, se aquelas, possuem algum impedimento que as impossibilitem de licitar e contratar, nos termos dos §§4º e 5º do artigo 156 da Lei 14.133/21, nos seguintes cadastros:

- Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (Ceis);
- Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep);
- Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Atos de Improbidade Administrativa e Inelegibilidade ( Cnia – CNJ)
- Impedimento Contrato/Licitação – Tribunal de Contas do Estado de São Paulo
- CADIN de São Caetano do Sul

7.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão Especial de Licitação documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

7.1.1 Os documentos mencionados no subitem 7.1 deverão ser apresentados na data de abertura da concorrência fora dos invólucros que contém as Propostas Técnica e de Preços e comporão os autos do processo licitatório.

7.1.2 Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, em ambos os casos a prova de autenticidade poderá ser feita perante agente da Administração, mediante apresentação de original ou de declaração de autenticidade por advogado, sob responsabilidade pessoal do sócio ou dirigente.

7.1.3 Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o Anexo IV. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão de Contratação cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes e respectivas assinaturas dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

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

7.3 A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das Propostas Técnica e de Preços credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

7.4 Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Especial de Licitação, **na data, hora e local indicados no subitem 2.1**, deste instrumento convocatório.

**7.5. Quaisquer documentos, declarações e Procurações, que necessitem de assinatura, poderão ser identificados e assinados digitalmente em meio eletrônico, mediante certificado digital, nos padrões ICP-Brasil, nos termos do § 2º do artigo 12, da Lei Federal nº 14.133/21**

**7.5.1. Não serão aceitos documentos assinados de forma digitalizada (escaneada)**

## **8. DA ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA**

8.1. A **PROPOSTA TÉCNICA**, composta de Plano de Comunicação Publicitária e de documentos relativos à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação condicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

8.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver condicionado no invólucro padronizado, fornecido pela Comissão Especial de Licitação, **a ser retirado, exclusivamente, pela agência que o solicitar formalmente na Seção de Licitações e Gestão de Contratos, em local indicado no item 5.1. deste instrumento.**

8.1.2. As Licitantes poderão solicitar o invólucro n.º 01, até o dia anterior da data marcada para abertura do procedimento licitatório em tela, o que deverá ser realizado na forma do item anterior.

O Invólucro n.º 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica, para preservar, até a abertura do Invólucro n.º 2, o sigilo quanto à sua autoria.

8.1.3. O Invólucro n.º 1 não poderá:

- ter nenhuma identificação;
- apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante.

8.2. No Invólucro n.º 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.

8.2.1. O Invólucro n.º 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

### **Invólucro n.º 2**

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada  
Nome empresarial e CNPJ da licitante  
Concorrência n.º 01/2024

8.2.2. O Invólucro n.º 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

8.3. No Invólucro n.º 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

8.3.1. O Invólucro n.º 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

### **Invólucro n.º 3**

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento,  
Nome empresarial e CNPJ da licitante  
Concorrência n.º 01/2024

8.3.2. O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

8.3.3. O Invólucro nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

## 9. DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Publicitária	I. Raciocínio Básico
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária
	III. Ideia Criativa
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia
2. Capacidade de Atendimento	
3. Repertório	
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

9.3. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada: para sua apresentação, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

- A. em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- B. capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m<sup>2</sup>, ambas em branco;
- C. conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato;
- D. espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
- E. títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- F. espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;

- G. alinhamento justificado do texto;
  - H. texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos;
  - I. numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
  - J. sem identificação da licitante.
- 9.4. Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, quadros, tabelas e/ou planilhas, observadas as seguintes orientações:
- A. poderão ser editados em cores;
  - B. os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho entre 08 e 12 pontos;
  - C. as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:
    - c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, cada folha de papel A3 será computada como 2 (duas) páginas de papel A4;
    - c2) impressas na orientação paisagem.
- 9.5. Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:
- I - ser editados em cores;
  - II - ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;
  - III - ter qualquer tipo de formatação de margem;
  - IV - ser apresentados em papel A3 dobrado.
- 9.5.1. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser impressas na orientação paisagem.
- 9.6. Os exemplos de peças integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno. Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1.
- 9.7. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria, antes da abertura do Invólucro nº 2.
- 9.8. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação e descrição das peças publicitárias estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.
- 9.9. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.
- 9.10. Para fins desta concorrência, consideram-se como não mídia os meios publicitários (*off-line* ou *on-line*) que não implicam a compra de espaço ou

tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagens a públicos determinados.

9.11. Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquesitos. Essas páginas não serão computadas no limite de página previsto.

9.12. A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no Briefing (Anexo VI deste Edital), observadas as seguintes orientações:

9.13. Subquesito 1 - Raciocínio Básico - apresentação em que a licitante descreverá:

A. análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere;

B. diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

C. compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

9.14. Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária - apresentação e defesa da Estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no Briefing, compreendendo:

A. explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;

B. proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

9.1.5 Subquesito 3 - Ideia Criativa - apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

A. relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma;

B. exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária.

9.16. A relação e descrição de todas as peças publicitárias que a licitante julga

necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.

- 9.17. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação e descrição de peças mencionada anteriormente deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para as demais.
- 9.18. Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subquesto 3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:
- A. roteiro, *layout* ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;
  - B. 'monstro' ou *layout* eletrônico, para o meio rádio;
  - C. *storyboard* animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e internet;
  - D. 'boneco' ou *layout* montado dos materiais de não mídia.
- 9.19. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou *pass-partout*. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.
- 9.20. Na elaboração de 'monstro' ou *layout* eletrônico para o meio rádio poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.
- 9.21. Na elaboração do *storyboard* animado ou *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não podendo ser inseridas imagens em movimento.
- 9.22. O 'monstro' ou *layout* eletrônico e o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em CD, DVD ou *pen drive*, executáveis em sistema operacional *Windows*.
- 9.23. Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou *pen drive*) não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.
- 9.24. Os exemplos não serão avaliados sob os critérios utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem

produzidas, independente da forma escolhida pela licitante para a apresentação.

9.25. Para facilitar seu cotejo, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, banner internet), de acordo com as seguintes orientações:

- A. texto em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos;
- B. nos casos de “monstro” ou layout eletrônico e de storyboard animado ou animatic, que deverão ser apresentados em CD, DVD ou pen drive, a indicação do tipo de peça deve ocorrer nos nomes dos arquivos salvos, uma vez que essas mídias devem ser apresentadas na condição original, somente com a marca do fabricante, conforme descrito anteriormente.

9.26. Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez), devem ser observadas as seguintes regras:

- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- b) cada peça apresentada como parte de um *kit* será computada no referido limite;
- c) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, *banner* de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como *outdoor*, envelopamento de veículo, adesivagem de *finger*, entre outros), será considerada 01 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;
- d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;
- e) um filme e o *hotsite* que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças;
- f) um *banner* e o *hotsite* por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.

9.27. Na apresentação de proposta de *hotsite*, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

9.28. Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:

- I. estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação do CONTRATANTE a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos,

tabelas, gráficos ou planilhas;

- II. tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;
- III. plano de mídia: composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;
- IV. simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

9.28.1. Todas as peças publicitárias que integrarem a relação deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

9.29. O plano de mídia proposto deverá apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- A. o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
- B. as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- C. os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- D. os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação;
- E. as quantidades a serem produzidas de cada peça publicitária de não mídia;
- F. os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça publicitária de não mídia;
- G. os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia.
- H. os valores (absolutos e percentuais) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

9.29.1. Nessa simulação:

9.29.1.1. os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação;

9.29.1.2. não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços;

9.29.1.3. deverão ser desconsiderados os honorários sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

9.30. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, sem os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

I - ter a identificação da licitante;

II - ser datado;

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

9.31. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento: a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

9.32. O caderno específico mencionado não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

9.33. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar:

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

B. quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;

B.1. Não se admitirá, em hipótese alguma, que o mesmo profissional integre a equipe técnica de mais de uma Agência de Propaganda participante do certame;

B.2. A indicação dos profissionais componentes da equipe técnica deverá vir acompanhada de declaração formal de disponibilidade firmada por cada um dos técnicos indicados e relacionados. Caso pretenda a Agência substituir qualquer profissional que tenha sido indicado na licitação, o substituto, deverá ser consultado previamente e exigir do mesmo a comprovação de experiência equivalente ou superior à do substituído;

B.3. A equipe técnica mínima necessária à execução dos serviços deverá contemplar, pelo menos, 10 (dez) profissionais com os seguintes perfis:

Profissionais	Quantidade Mínima
Estudo e Planejamento	02
Criação	03
Produção Gráfica	01
Mídia	02
Atendimento	01
Produção de RTV	01

C. infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição do CONTRATANTE para a execução do contrato;

D. sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;

E. relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do CONTRATANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

9.34. Quesito 3 - Repertório: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

9.35. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

9.36. O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante.

- 9.37. A licitante deverá apresentar 10 (dez) peças publicitárias, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.
- 9.38. As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2017.
- 9.39. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentadas soltas.
- 9.40. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.
- 9.40.1. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.
- 9.41. Para cada peça publicitária deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou a peça.
- 9.42. As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pelo CONTRATANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda
- 9.43. Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
- 9.44. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.
- 9.45. A licitante deverá apresentar 03 (três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 04 (quatro) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

- I – deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
- II – deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
- III - não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pelo CONTRATANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;
- IV – deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

9.46. A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

9.47. Os Relatos devem ter sido implementados a partir de 1º de janeiro de 2017.

9.48. É permitida a inclusão de até 03 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentadas soltas;

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;

III - para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

9.49. A ficha técnica de cada peça deverá compor o limite de páginas estabelecido para descrição do Relato.

## **10. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

10.1. O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de "Técnica e Preço", nos termos do Artigo 5º, da Lei Federal nº 12.232/2010 e dos Artigos 33, 34 e 35 da Lei Federal nº 14.133/2021, estabelecido o peso 70 para a Proposta Técnica e o peso 30 para a Proposta de Preços.

10.2. A Subcomissão Técnica, designada por meio de Portaria publicada no Diário Oficial Eletrônico do Município, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e no Termo de Referência.

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

10.3.1. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária:

10.3.1.1. Subquesito 1 - Raciocínio Básico

- a. a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do contexto de sua atuação;
- b. a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
- c. a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo CONTRATANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

10.3.1.2. Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

- a. a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do CONTRATANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
- b. a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;
- c. as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do CONTRATANTE com seus públicos;
- d. a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
- e. a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o CONTRATANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- f. a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.

10.3.1.3. Subquesito 3 - Ideia Criativa

- a. o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b. a pertinência da solução criativa com a natureza do CONTRATANTE, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- c. a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;
- d. a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;

- e. a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- f. a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;
- g. a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.

#### 10.3.1.4. Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a. a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- b. a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;
- c. a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;
- d. a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do CONTRATANTE e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- e. o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

#### 10.3.2. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

- a. o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;
- b. a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do CONTRATANTE;
- c. a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do CONTRATANTE na execução do contrato;
- d. a funcionalidade do relacionamento operacional entre o CONTRATANTE e a licitante;
- e. a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do CONTRATANTE.

#### 10.3.3. Quesito 3 - Repertório

- a. a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;

- b. a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;
- c. a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.

10.3.4. Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a. a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;
- b. a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;
- c. a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;
- d. o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

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

10.5. Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito, cada membro da Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas pelas licitantes, e a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta e aos critérios de julgamento técnico estabelecidos neste Edital.

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

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1.	Plano de Comunicação Publicitária	55
SUB QUESITO	I. Raciocínio Básico	5
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária	20
	III. Ideia Criativa	20
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	10
2.	Capacidade de Atendimento	25
3.	Repertório	10
4.	Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10
<b>PONTUAÇÃO TOTAL</b>		<b>100</b>

10.6.1. Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas.

10.6.2. A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 02 (DUAS) casas decimais.

10.6.3. 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, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital e no Termo de Referência.

10.6.4. 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 subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

10.7. Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das seguintes situações:

- a. apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;
- b. não alcançar, no total, 70 (setenta) pontos;
- c. obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

10.7.1. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do Edital, a depender da gravidade da ocorrência.

10.8. A Pontuação Técnica de cada Licitante corresponderá à soma dos pontos dos 04 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

10.9. A Pontuação Técnica da Licitante será considerada na identificação do seu Índice Técnico, no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços (na composição da Nota Final Geral).

## **11. DA ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS**

11.1. No Invólucro nº 4 deverá estar acondicionada a Proposta de Preços das licitantes.

11.1.1. O Invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

**Invólucro nº 4**

Proposta de Preços  
Nome empresarial e CNPJ da licitante  
Concorrência nº 01/2024

11.2. O Invólucro nº 4 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

**12. DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

12.1. A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços que constitui o Anexo III deste Edital e apresentada em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

12.2. O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de 120 (cento e vinte) dias corridos, contados de sua apresentação.

12.3. Caso o prazo de validade da proposta preços, previsto no item 10.2 venha a expirar até a data de realização da sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão Especial de Licitação poderá realizar diligências necessárias à resolução da mencionada falta, nos termos do § 2º, do art. 59, da Lei Federal nº 14.133/2021, como forma de prorrogar validade da proposta vencida.

**13. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS**

13.1. O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de "Técnica e Preço", nos termos do Artigo 5º, da Lei Federal nº 12.232/2010, e dos Artigos 33, 34 e 35, da Lei Federal nº 14.133/2021, estabelecido o peso 70 para a Proposta Técnica e o peso 30 para a Proposta de Preços.

13.2. As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital.

- 13.3. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer condicionante para a entrega dos bens e serviços.
- 13.4. Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Especial de Licitação considerará o preço por extenso.
- 13.5. As Propostas de Preço, serão avaliadas e valoradas segundo critérios abaixo:
- a) Desconto percentual, oferecido em relação aos seus custos internos, baseados na tabela vigente do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo – **(D1)**

% de Desconto	Pontos
Entre 15% até 40%	05
Acima de 40% até 45%	10
Acima de 45% até 50%	15
Acima de 50% até 55%	20
Acima de 55% até 60%	30
Acima de 60%	40

- b) Honorários a serem cobrados, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato.- **(D2)**

% de Honorários	Pontos
Acima de 10%	0
Entre 9,99% e 8,00%	10
Entre 7,99% e 7,00%	15
Entre 6,99% e 3,00%	20

- c) Honorários a serem cobrados, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.- **(D3)**

% de Honorários	Pontos
Acima de 10%	0
Entre 9,99% e 8,00%	10
Entre 7,99% e 7,00%	15

Entre 6,99% e 5,00%	20
---------------------	----

- d) Honorários a serem cobrados, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione a esta licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/65. – **(D4)**

% de Honorários	Pontos
Acima de 10%	0
Entre 9,99% e 8,00%	5
Entre 7,99% e 7,00%	10
Entre 6,99% e 5,00%	15
Entre 4,99% e 1%	20

- 13.6. Será considerada como melhor proposta de preço aquela que atingir a maior pontuação por meio da fórmula abaixo:

$$\text{NPP} = (\text{D1} + \text{D2} + \text{D3} + \text{D4})$$

NPP – Nota da Proposta de Preços

#### 14. DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇO

- 14.1. A pontuação final será obtida por meio de média aritmética ponderada, observando os pesos definidos para as duas notas finais (Nota da Proposta Técnica e Nota da Proposta de Preços), conforme a fórmula abaixo:

$$\text{NFG} = \frac{(\text{NPT} \times 7) + (\text{NPP} \times 3)}{7+3}$$

NFG – Nota Final Geral

NPT – Nota da Proposta Técnica 7 – peso 70 estabelecido à nota da Proposta Técnica

NPP – Nota da Proposta de Preços – peso 30 estabelecido à nota da Proposta de Preços

- 14.2. Havendo empate, o desempate se dará por meio da atribuição da maior nota aos quesitos da Proposta Técnica, na seguinte ordem:

1. Estratégia de Comunicação Publicitária;
2. Ideia Criativa;
3. Raciocínio Básico;
4. Estratégia de Mídia e Não Mídia.

- 14.3. Após a utilização do critério de desempate, persistindo o empate, a decisão será feita mediante sorteio.
- 14.4. Não se considerará qualquer outra oferta e vantagem não prevista no Edital, nem percentual de desconto ou vantagem, baseados em ofertas de outras licitantes.
- 14.5. Não se admitirá proposta que apresente preços simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços de mercado.
- 14.6. Será vencedora desta concorrência a licitante que mantiver as condições de participação estabelecidas anteriormente e que:

- A. tenha obtido a maior Nota Final Geral (NFG);  
B. e tenha sido habilitada.

**15. DA ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO SOMENTE PELA LICITANTE CLASSIFICADA**

- 15.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação pela licitante melhor classificada no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, nos termos do artigo 63, inciso II, da Lei Federal nº 14.133/21, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.
- 15.2. Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

**Invólucro nº 5**

Documentos de Habilitação  
Nome empresarial e CNPJ da licitante  
Concorrência nº 01/2024

- 15.3. O Invólucro nº 5 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

**16. DA APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

- 16.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno único, ter todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante e deverão ser apresentados, alternativamente: em original, sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial ou, em cópia não autenticada, perante agente da Administração, mediante apresentação de

original, para autenticação, no ato da abertura do envelope dos Documentos de Habilitação. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Especial de Licitações.

16.2. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação, na forma prevista dos subitens a seguir:

16.2.1. Habilitação Jurídica

a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresariais e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

a1) os documentos mencionados na alínea 'a' deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação, devendo constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;

b) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

c) ato de autorização, quando se tratar de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento, expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;

d) registro comercial, em caso de empresa individual.

16.2.2. Regularidade Fiscal e Trabalhista

a) a inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) ou no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ);

b) a inscrição no cadastro de contribuintes estadual e/ou municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

c) a regularidade perante a Fazenda federal, estadual e/ou municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma do art. 68 da Lei nº 14.133/2021;

d) Certidões Negativas de Débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;

e) a regularidade relativa à Seguridade Social e ao FGTS, que demonstre cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei;

f) a regularidade perante a Justiça do Trabalho;

16.2.2.1. Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as fazendas públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade suspensa.

16.2.2.2. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

16.2.2.3. Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) 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.

16.2.2.4. Deverá ser entregue pelos licitantes, sob pena de desclassificação, declaração de que suas propostas econômicas compreendem 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 das propostas

16.2.3. Qualificação Técnica:

a) declaração(ões), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 3.1 deste Edital;

b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010;

b1) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;

b2) o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Especial ou Permanente de Licitação

16.2.4. Qualificação Econômico-financeira

a) Tendo em vista o caráter continuado da contratação, e a possibilidade de sua prorrogação pelo período máximo de 10 anos, desde que comprovada a vantajosidade das condições estabelecidas e dos preços ofertados, a aptidão econômica da licitante, deverá comprovada e demonstrada através dos seguintes índices contábeis : Índice de Liquidez Corrente (ILC) igual ou superior

a 1,0 e Índice de Liquidez Geral (ILG) igual ou superior a 1,0, os quais serão calculados pelas fórmulas:

$$ILC = AC/PC$$

$$ILG = AC + RLP / PC + ELP$$

Onde:

AC = Ativo Circulante

PC = Passivo Circulante

RLP = Realizável a Longo Prazo

ELP = Exigível a Longo Prazo

a.1) Deverá ser apresentada pela licitante, declaração, assinada por profissional habilitado da área contábil, que ateste o atendimento dos índices econômicos apresentados

b) balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais;

b1.) caso a pessoa jurídica tenha sido constituída há menos de 2 (dois) anos, os documentos limitar-se-ão ao último exercício.

c) certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede do licitante.

16.3. Todos os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

16.4. A declaração de Regularidade perante o Ministério do Trabalho, deverá constar do invólucro nº 5.

16.5. Declarações:

A proponente deverá apresentar declaração, subscrita por seu representante legal, elaborada em papel timbrado da empresa, de que:

a. não está cumprindo pena de inidoneidade com qualquer Ente da Administração Pública

- b. de que atende aos requisitos de habilitação, e que responderá pela veracidade das informações prestadas, na forma art. 63, I da Lei 14.133/21;
- c. de que cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas específicas, nos termos do Art. 63, IV da Lei 14.133/21;
- d. 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 das propostas, nos termos do parágrafo 1º, do artigo 63 da Lei Federal nº 14.133/21
- e. de que atende ao disposto no art. 7º, inciso XXXIII, da Constituição Federal, nos termos do “Anexo V – Modelo de declaração de cumprimento ao disposto no inciso XXXIII, do Artigo 7º, da Constituição Federal”

## **17. DA ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

- 17.1. A Comissão Especial de Licitação analisará os Documentos de Habilitação, na forma estabelecida no item 15.1., desde que cumpridas as condições de participação, e julgará habilitada a que atender integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no Edital.

## **18. COMISSÃO PERMANENTE JULGADORA DE LICITAÇÕES E SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

- 18.1 Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão Especial de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas, que serão processadas por uma Subcomissão Técnica, na forma do que dispõem o caput e §1º, do art. 10, da Lei n.º 12.232/10.
- 18.2 A Subcomissão Técnica será constituída por 03 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing, ou que atuem em uma dessas áreas.
  - 18.2.1 Dentre os membros da Subcomissão Técnica, 01 (um) não poderá manter vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto com o “SAESA”.
- 18.3 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, 09 (nove) integrantes, previamente cadastrados pelo “SAESA”.
  - 18.3.1 A relação dos nomes referidos no item 18.3 deste Edital será publicada pela Comissão Especial de Licitação, 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.

- 18.3.2 O sorteio será processado pela Comissão Especial de Licitação, 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 o “SAESA”, nos termos dos **subitens 18.2.1 e 18.3**.
- 18.3.3 A relação prevista no item 18.3 deste Edital conterà, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com o “SAESA”.
- 18.3.4. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o **subitem 18.3**, mediante a apresentação à Comissão Especial de Licitação de justificativa para a exclusão.
- 18.3.5 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.
- 18.3.6 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 18**.
- 18.3.6.1 Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no **subitem 18.3**.
- 18.3.6.2 Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.
- 18.3.7 A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no **subitem 18.3.1** e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

## **19. DO PROCESSAMENTO E JULGAMENTO DA LICITAÇÃO**

- 19.1. A reunião de licitação será realizada em 04 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação.
- 19.1.1. Todos os fatos relevantes, pertinentes ao objeto da Licitação, ocorridos durante a reunião de licitação, serão registrados em ata circunstanciada.

- 19.2. A participação de representante de qualquer licitante ocorrerá mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido neste edital.
- 19.3. 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.
- 19.4. A Comissão Especial de Licitação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão, no interesse do “SAESA”, relevar aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Concorrência.
- 19.5. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preço.
- 19.6. A Comissão poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.
- 19.7. Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão Especial de Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas, resultará na sua desclassificação.
- 19.8. Se os invólucros lacrados das licitantes desclassificadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados da homologação desta Concorrência, prazo após o qual serão destruídos.
- 19.9. PRIMEIRA SESSÃO
- 19.9.1. A abertura da sessão pública de licitação será realizada no dia, hora e local previstos no preâmbulo deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:
- I. – Identificação dos representantes das licitantes, por meio do(s) documento(s) exigido(s) neste edital;
  - II. – Apresentação à Comissão dos invólucros nºs 1, 2, 3 e 4.
  - III. – Exame da conformidade dos invólucros com as disposições deste Edital;
  - IV. – Rubrica no fecho dos invólucros nºs 2 e 4 e subsequente acondicionamento destes invólucros em receptáculo específico com rubrica no seu respectivo fecho pela Comissão e representantes das licitantes;

- V. – Abertura dos invólucros nºs 1 e 3, exame e rubrica de seus respectivos conteúdos pela Comissão e representantes das licitantes presentes.
- 19.9.2. Após o encerramento do prazo para recebimento dos invólucros, o qual será declarado pela Comissão na sessão pública, não será permitido o recebimento de nenhum outro invólucro, documento ou embalagem.
- 19.9.3. O invólucro n. 1, 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 das licitantes antes da abertura do invólucro n. 2:
  - II. – Não estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.
- 19.9.4. O não recebimento do invólucro nº 1 implica o não recebimento dos demais invólucros da licitante e seu consequente impedimento de participar da Concorrência.
- 19.9.5. A Comissão, antes da abertura dos invólucros nº. 1, 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.
- 19.9.6. A Comissão não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros nº 1, nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.
- 19.9.7. Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos invólucros nos; 1 e 3, for constatada ocorrência que possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão desclassificará a licitante.
- 19.9.8. Os invólucros nºs. 2 e 4 permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão.
- 19.9.9. Abertos os invólucros nºs. 1 e 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão.
- 19.9.10. A análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos invólucros nºs. 1 e 3 observarão os seguintes procedimentos:

- I. – Encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos invólucros nº 1, 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. 3, 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.

#### 19.10. SEGUNDA SESSÃO

19.10.1. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (invólucros nºs. 1 e 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão convocará as licitantes para participar da segunda 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 nºs. 2 e 4;
- III. – abertura e rubrica do conteúdo dos invólucros nº. 2 e rubrica no fecho do invólucro nº. 4;
- IV. – Cotejo das vias não identificadas (invólucro nº. 1) com as vias identificadas (invólucro nº. 2) 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 14.2, em caso de empate, após a decisão final, inclusive das Propostas de Preço.
- VIII. – Informação de que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será divulgado na forma da lei, com a indicação dos licitantes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação.

#### 19.11 TERCEIRA SESSÃO

19.11.1. A Comissão convocará as licitantes para participar da terceira 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 dos invólucros nº 4, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e representantes das licitantes presentes;
- III. – Julgamento das Propostas de Preço com a identificação das Propostas de menores preços e divulgação do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- IV. – Declaração da vencedora no julgamento final das Propostas, qual seja, a licitante mais bem classificada na média ponderada, de acordo com os respectivos pesos, na Proposta Técnica e na Proposta de Preços;
- V. – Informação de que o resultado do julgamento final das Propostas será divulgado na forma da lei, com a indicação da ordem de classificação.

#### 19.12. QUARTA SESSÃO

19.12.1. A quarta sessão pública terá a seguinte pauta básica:

- b) receber e abrir o Invólucro nº 5, da Licitante mais bem classificada, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;

d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para análise dos documentos.

19.13. Será confeccionada a Ata Sessão Pública, divulgando aos presentes se a licitante melhor classificada foi habilitada nos termos deste edital e seus anexos, momento em que haverá a declaração de vencedor pela Comissão Especial de Licitações.

19.13.1. De acordo com o artigo 165, § 1º, inc. I da Lei 14.133/21, este será o momento em que os interessados deverão manifestar, imediatamente, sua intenção de recurso, sob pena de preclusão.

19.14. Decididos os recursos e constatada a regularidade dos atos praticados, a autoridade competente adjudicará o objeto à licitante vencedora e homologará o processo licitatório, nos termos da Lei.

## **20. DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS**

20.1. A fase recursal será única, e o prazo para sua interposição será de 3(três) dias úteis, contado da data de intimação ou de lavratura da ata, em face do julgamento das propostas, e ato de habilitação ou inabilitação de licitante, dentre outros. Devendo, para tanto, ser observado os termos do subitem 19.13.1.

20.2. O recurso 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 do processo.

20.3. O acolhimento do recurso implicará invalidação apenas de ato insuscetível de aproveitamento.

20.4. O prazo para apresentação das contrarrazões será de 3 (três) dias e terá início na data de intimação pessoal ou de divulgação da interposição do recurso.

20.5. Será assegurado ao licitante o direito ao contraditório e a ampla defesa, para salvaguardar seus interesses

20.6. Os recursos terão prazos suspensivos

## **21. DA DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS E DEMAIS QUESTÕES**

21.1. Após cada Sessão Pública, será confeccionada a respectiva Ata.

- 21.2. Os meios oficiais de divulgações dos atos provenientes deste certame, serão: o sítio eletrônico do SAESA: [www.saesascsp.gov.br](http://www.saesascsp.gov.br) e o Diário Oficial Eletrônico do Município de São Caetano do Sul, através do link: <https://diariooficial.saocaetanodosul.sp.gov.br/publico/Default.aspx>

## **22. DA HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO**

- 22.1. Encerrada a Sessão, e exaurida a fase recursal, o processo licitatório será encaminhado à autoridade superior, para adjudicar o objeto e homologar a licitação,

## **23. DA GARANTIA CONTRATUAL**

- 23.1. Incidirá a prestação de garantia contratual na contratação do objeto desta Concorrência, definido em 3% (três por cento) do valor contratual, cabendo ao contratado optar por uma das modalidades previstas no art. 96, §1º, da Lei 14.133/21.

- 23.1.1. **Se o contratado optar pela modalidade seguro-garantia, a prestação deverá ocorrer no prazo mínimo de 1 (um) mês, contado da data de homologação da licitação e anterior à assinatura do contrato;**

- 23.1.1.1. o prazo de vigência da apólice será igual ou superior ao prazo estabelecido no contrato principal e deverá acompanhar as modificações referentes à vigência deste mediante a emissão do respectivo endosso pela seguradora;

- 23.1.1.2. o seguro-garantia continuará em vigor mesmo se o contratado não tiver pago o prêmio nas datas convencionadas.

- 23.1.1.3. será permitida a substituição da apólice de seguro-garantia na data de renovação ou de aniversário, desde que mantidas as mesmas condições e coberturas da apólice vigente e desde que nenhum período fique descoberto, ressalvado o disposto no parágrafo 2º, artigo 96 da Lei nº 14.133/21;

- 23.1.1.4. A Garantia será liberada ou restituída após o cumprimento integral de todas as obrigações contratuais e, quando em dinheiro, será atualizada monetariamente, conforme dispõe o artigo 100 da Lei Federal nº. 14.133/21;

- 23.1.1.5. Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do IGP-M da Fundação Getúlio Vargas ocorrida no período;

23.1.1.6. A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA, no prazo de 30 (trinta) dias após o término do prazo de vigência deste contrato, mediante certificação, por seu Gestor, de que os serviços foram realizados a contento.

23.1.1.7. Nos casos em que houver prorrogação ou aditamento do ajuste contratual, a garantia deverá ser renovada ou revista quanto aos valores prestados

## **24. CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS**

24.1. A licitante vencedora terá o prazo de 10 (dez) dias, contados a partir da convocação, para assinar o respectivo instrumento de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo VI.

24.1.1. Deverá apenas ser observada a condição constante no subitem 23.1.1.

24.2. O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado, a juízo do **SAESA**, consideradas as justificativas que lhe forem apresentadas pela vencedora.

24.2.1. Se a licitante vencedora não comparecer no prazo estipulado para assinar o contrato, o **SAESA** poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas para a licitante que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta concorrência, independentemente da cominação prevista no § 5º, Art. 90, da Lei 14.133/2021.

24.2.2. Antes da celebração do contrato, o **SAESA** efetuará consulta aos seguintes cadastros: - Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (Ceis); Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep); - Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Atos de Improbidade Administrativa e Inelegibilidade ( Cnia – CNJ); Impedimento Contrato/Licitação – Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, e CADIN de São Caetano do Sul

24.3. O contrato decorrente do presente certame terá a duração de 60 (sessenta) meses contados da data de sua assinatura, prorrogável por igual período, nos termos do artigo 107 da Lei Federal 14.133/21.

24.4. O contrato será reajustado após 1 (um) ano, com base no índice do IGP-M, ou outro que vier a substituí-lo, cuja data-base será vinculada à data do orçamento estimado.

- 24.5. A prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho da CONTRATADA, a ser procedida pelo CONTRATANTE, em conformidade com o subitem 30.9 deste Edital.
- 24.6. Os percentuais apresentados na proposta da licitante vencedora, a incidir sobre os preços na execução dos serviços contratados, se manterão fixos e inalteráveis no período do contrato ou da sua prorrogação, na sua ocorrência
- 24.7. A CONTRATADA se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta Concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu §1º da Lei nº 12.232/2010.

## **25. DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

- 25.1. As despesas com o contrato resultante desta Concorrência, pelos primeiros 12 (doze) meses, estão estimadas em R\$ 6.138.472,74 (seis milhões, cento e trinta e oito mil, quatrocentos e setenta e dois reais e setenta e quatro centavos).
- 25.2. Se o “SAESA” optar pela prorrogação do contrato que vier a ser celebrado, serão consignadas nos próximos exercícios, as dotações necessárias ao atendimento das despesas previstas.
- 25.3. A dotação orçamentária necessária para as despesas decorrentes com esta licitação correrá por conta da rubrica nº 3.3.90.39.00-737, classificação funcional, vínculo e sub-elemento de despesa: 17.512.1403.2.133-04.110.0000-88, respectivamente, a onerar o presente exercício e exercícios seguintes
- 25.4. O “SAESA” se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

## **26. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

- 26.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas no contrato firmado ou dele decorrentes:
- 26.1.1. Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.
- 26.1.2. Executar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de serviços especializados e veículos – todos os serviços relacionados com o objeto do contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo CONTRATANTE.

- 26.1.3. Utilizar, na elaboração dos serviços, objeto do contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da Concorrência que deu origem ao ajuste, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal ao CONTRATANTE.
- 26.1.4. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir ao CONTRATANTE as vantagens obtidas;
- 26.1.5. Pertencem ao CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de tempo e ou espaço publicitários diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação;
- 26.1.5.1.1. O disposto no **subitem 26.1.5.** não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.
- 26.1.6. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados ao CONTRATANTE:
- I - fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;
  - II - só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados junto ao CONTRATANTE, aptos a fornecer à CONTRATADA serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato;
  - III - apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados junto ao CONTRATANTE que atuem no mercado do ramo da prestação de serviços/ fornecimento pretendido, em atendimento à legislação vigente;
  - IV - exigir do fornecedor que constem da cotação dos serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;
  - V - a cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

VI - juntamente com a cotação deverão ser apresentados 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.

26.1.7. Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos 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 do CONTRATANTE.

26.1.8. O CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado, sempre que julgar oportuno.

26.1.9. Se e quando julgar conveniente, o CONTRATANTE poderá:

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

b) realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de serviços, independentemente de valor.

26.2. As disposições dos **subitens 26.1.6 a 26.1.9.** não se aplicam à compra de tempos e ou espaço publicitários.

26.3. Submeter a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto do contrato, à prévia e expressa anuência do CONTRATANTE.

26.4. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de serviços especializados de empresas em que dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o segundo grau.

26.5. Obter a aprovação prévia do CONTRATANTE, por escrito, para autorizar despesas com serviços especializados prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com o contrato.

26.6. A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta do CONTRATANTE, se previamente a identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada.

- 26.7. Apresentar ao CONTRATANTE, para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.
- 26.8. Encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo do CONTRATANTE, sem ônus para esta:
- a) TV e Cinema: cópias em Betacam, e/ou DVD e/ou arquivos digitais;
  - b) Internet: cópias em CD;
  - c) Rádio: cópias em CD, com arquivos digitais;
  - d) Mídia impressa e material publicitário: cópias em CD, com arquivos em alta resolução, abertos e ou finalizados.
- 26.9. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pelo CONTRATANTE.
- 26.10. O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pelo CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no **subitem 26.8**.
- 26.11. Entregar ao CONTRATANTE, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.
- 26.12. Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões e telefonemas de serviço entre o CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos, e para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.
- 26.13. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA.
- 26.14. Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto do contrato, que envolvam o nome do CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização.

- 26.15. Prestar esclarecimentos ao CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.
- 26.16. Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.
- 26.17. Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação exigidas nesta Concorrência que deu origem ao ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.
- 26.18. Cumprir todas as leis pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.
- 26.19. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.
- 26.20. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado, relativamente aos serviços que lhe forem afetos.
- 26.21. Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.
- 26.22. Apresentar, quando solicitado pelo CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.
- 26.23. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante o CONTRATANTE.
- 26.24. Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do CONTRATANTE.
- 26.25. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para o CONTRATANTE.

- 26.26. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados e prepostos, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do contrato.
- 26.27. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar o CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará ao CONTRATANTE as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.
- 26.28. Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto do contrato firmado.
- 26.29. A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes

## **27. OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE**

- 27.1. Constituem obrigações do CONTRATANTE, além das demais previstas no contrato firmado ou dele decorrentes:
- a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;
  - b) comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas úteis;
  - c) fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
  - d) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de serviços especializados pela CONTRATADA;
  - e) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

f) notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento do contrato;

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

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

27.3. Responsabiliza-se pelas demais obrigações constantes neste edital e seus anexos.

## **28. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO**

28.1. A CONTRATADA será remunerada e ressarcida da seguinte forma:

28.1.1. Honorários de ..... % (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peças e ou material cuja distribuição não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

28.1.2. Honorários de ..... % (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução deste contrato.

28.1.3. Honorários de ..... % (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

28.1.4. ....(..... por cento) dos valores previstos na Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA.

- 28.2. Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.
- 28.3. Os honorários de que tratam os subitens 28.1.1 a 28.1.3 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.
- 28.4. A CONTRATADA não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços prestados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.
- 28.5. Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse do CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pelo CONTRATANTE.
- 28.5.1. Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, deverão ser apresentados comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução da despesa e assegurar seu pagamento pelo líquido, sem a incidência de honorários.
- 28.6. As formas de remuneração estabelecidas no subitem 28.1. deste Edital poderão ser renegociadas, no interesse do CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.
- 28.7. Além da remuneração prevista no subitem 28.1. a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965 e com o art. 11, §2º do Regulamento para Execução da Lei nº 4.680, aprovado pelo Decreto nº 57.690/1966.
- 28.8. A CONTRATADA repassará ao CONTRATANTE, se for o caso, parcela do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor negociado para a veiculação, observados os parâmetros estabelecidos pelo Anexo B das Normas Padrão da Atividade Publicitária.
- 28.9. Para a liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pelo CONTRATANTE, a CONTRATADA deverá apresentar:

I - a correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, de modo bem legível, em nome do CONTRATANTE, deverá constar o número do contrato do SAESA. Os pagamentos correspondentes serão efetuados através de crédito na conta bancária quando expressamente indicada pela CONTRATADA, ou por boleto bancário encaminhado. Quando o pagamento se der através do depósito na conta bancária indicada, serão deduzidos do valor devido os custos bancários incidentes.

II - a primeira via do documento fiscal do fornecedor ou do veículo;

III - os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega.

28.10. Os documentos de cobrança e demais informações necessárias à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA ao CONTRATANTE, no endereço citado no subitem 3.1 deste Edital.

28.11. O Gestor deste contrato somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas.

28.12. A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da CONTRATADA:

I - serviços executados pela CONTRATADA:

a) intermediação e supervisão de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 28.9;

b) execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e III do subitem 28.9.

II - serviços especializados prestados por fornecedores e veiculação:

a) produção e execução técnica de peça e ou material: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 28.9;

b) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 28.9;

c) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 28.9;

d)veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 28.9, da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da indicação dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente.

28.12.1. As despesas com distribuição de peças e material de não mídia executada por fornecedores de serviços especializados terão o tratamento previsto na alínea 'a' do inciso II do subitem 28.12.

28.12.2. Na ocorrência de falha local em uma programação em mídia eletrônica, rede nacional, além das providências previstas na alínea 'd' do subitem 28.8 a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

28.12.3. Os preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, serão conferidos e atestados pelo Gestor, por ocasião da apresentação do Plano de Mídia pela CONTRATADA ao CONTRATANTE.

28.13. O pagamento das despesas se dará em 10 (dez) dias após a apresentação dos documentos previstos no subitem 28.12.

28.14. No tocante à veiculação, além do previsto na alínea 'd' do inciso II do subitem 28.12, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para o CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

I - Revista: 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, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos do subitem 26.7, perante o CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.

28.15. Nos casos em que restar demonstrada, nos termos do subitem 26.7. , a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar:

I - TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável

pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação;

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

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

## II - Mídia Exterior:

II.1 - Mídia Out Off Home: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos por amostragem, 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.2 - 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, 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.3 - 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;

III - Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente com o print da tela.

28.16. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos incisos I, II e III do subitem 28.15 serão estabelecidas formalmente pelo CONTRATANTE, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

28.17. Os pagamentos devidos ficam condicionados à apresentação pela CONTRATADA das certidões atualizadas que comprovam a regularidade:

a) com a Seguridade Social do INSS através da Certidão Negativa ou Positiva com efeitos de Negativa de Débitos Relativos às Contribuições Previdenciárias e às de Terceiros;

b) com o FGTS - Fundo de Garantia por Tempo de Serviço, através do CRF – Certificado de Regularidade;

c) com o CNDT – Certidão Negativa de Débito Trabalhista ou da Certidão Positiva de Débitos Trabalhista Com Efeito de Negativa.

I. A não apresentação dos documentos de que trata o subitem 28.17, implicará na retenção da importância devida.

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

III. Na ocorrência de eventual atraso do pagamento pelo CONTRATANTE, o valor devido será atualizado, financeiramente, desde a data referida neste item, até a data do pagamento, com base no IPCA ou outro índice que venha substituí-lo. Calculados pro rata tempore, mediante a aplicação da seguinte fórmula:

$AF = [(1 + IPCA/100)N/30 - 1] \times VP$ , onde:

AF = atualização financeira;

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

VP = valor da etapa a ser paga, igual ao principal mais o reajuste; e

N = número de dias entre a data do adimplemento da etapa e a do efetivo pagamento.

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

28.19. O CONTRATANTE não pagará nenhum compromisso, assumido pela CONTRATADA, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

28.20. Os pagamentos a fornecedores e veículos por serviços prestados serão efetuados pela CONTRATADA em até 15 (quinze) dias após o recebimento da ordem bancária do CONTRATANTE pela agência bancária pagadora.

28.20.1. A CONTRATADA informará ao CONTRATANTE os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada ordem bancária de pagamento emitida pelo CONTRATANTE e encaminhará relatório até o décimo quinto dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

28.20.2. Os dados e formato dos controles serão definidos pelo CONTRATANTE, e os relatórios deverão conter pelos menos as seguintes informações: data do pagamento do CONTRATANTE, data do pagamento da CONTRATADA, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

28.21. O não cumprimento do disposto nos subitens 28.20 e 28.20.1. ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da CONTRATADA, até que seja resolvida a pendência.

28.21.1. Para preservar o direito dos fornecedores e veículos em receber com regularidade pelos serviços prestados e pela venda de tempo e ou espaço, o CONTRATANTE poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela CONTRATADA, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos, em operações bancárias concomitantes.

28.21.2. Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros decorrentes da inobservância, pela CONTRATADA, de prazos de pagamento, serão de sua exclusiva responsabilidade.

28.22. O 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.

## **29. DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS E SANÇÕES**

29.1. Comete infração administrativa, nos termos da lei, o licitante que, com dolo ou culpa:

29.1.1. deixar de entregar a documentação exigida para o certame ou não entregar qualquer documento que tenha sido solicitado pelo Agente de Contratação/Comissão durante o certame;

29.1.2. Salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado, não manter a proposta em especial quando:

29.1.2.1. não enviar a proposta adequada ao último lance ofertado ou após a negociação;

29.1.2.2. recusar-se a enviar o detalhamento da proposta quando exigível;

29.1.2.3. pedir para ser desclassificado quando encerrada a etapa competitiva;

29.1.2.4. deixar de apresentar amostra; ou

29.1.2.5. apresentar proposta ou amostra em desacordo com as especificações do edital;

29.1.3. não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;

29.1.3.1. recusar-se, sem justificativa, a assinar o contrato ou a ata de registro de preço, ou a aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração;

29.1.4. apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação

29.1.5. fraudar a licitação

29.1.6. comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza, em especial quando:

29.1.6.1. induzir deliberadamente a erro no julgamento;

29.1.6.2. apresentar amostra falsificada ou deteriorada;

29.1.7. praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação

29.1.8. praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei n.º 12.846, de 2013.

29.2. Com fulcro na Lei nº 14.133, de 2021, a Administração poderá, garantida a prévia defesa, aplicar aos licitantes e/ou adjudicatários as seguintes sanções, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal:

29.2.1. advertência;

29.2.2. multa;

29.2.3. impedimento de licitar e contratar; e

29.2.4. declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.

29.3. Na aplicação das sanções serão considerados:

29.3.1. a natureza e a gravidade da infração cometida.

29.3.2. as peculiaridades do caso concreto;

29.3.3. as circunstâncias agravantes ou atenuantes;

29.3.4. os danos que dela provierem para a Administração Pública;

29.3.5. a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

29.4. A multa será recolhida em percentual de 0,5% a 30% incidente sobre o valor do contrato licitado, recolhida no prazo máximo de **30 (trinta) dias** úteis, a contar da comunicação oficial.

29.4.1. Para as infrações previstas nos itens 30.1.1, 30.1.2 e 30.1.3, a multa será de 0,5% a 15% do valor do contrato licitado.

29.4.2. Para as infrações previstas nos itens 30.1.4, 30.1.5, 30.1.6, 30.1.7 e 30.1.8, a multa será de 15% a 30% do valor do contrato licitado.

29.5. As sanções de advertência, impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar poderão ser aplicadas, cumulativamente ou não, à penalidade de multa.

29.6. Na aplicação da sanção de multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação.

29.7. A sanção de impedimento de licitar e contratar será aplicada ao responsável em decorrência das infrações administrativas relacionadas nos itens 30.1.1, 30.1.2 e 30.1.3, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave, e impedirá o responsável de licitar e contratar no âmbito da Administração Pública direta e

indireta do ente federativo a qual pertencer o órgão ou entidade, pelo prazo máximo de 3 (três) anos.

29.8. Poderá ser aplicada ao responsável a sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, em decorrência da prática das infrações dispostas nos itens 30.1.4 a 30.1.8, bem como pelas infrações administrativas previstas nos itens 30.1.1 a 30.1.3 que justifiquem a imposição de penalidade mais grave que a sanção de impedimento de licitar e contratar, cuja duração observará o prazo previsto no art. 156, §5º, da Lei n.º 14.133/2021.

29.9. A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato ou a ata de registro de preço, ou em aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração, descrita no item 30.1.3, caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida e o sujeitará às penalidades e à imediata perda da garantia de proposta em favor do órgão ou entidade promotora da licitação.

29.10. A apuração de responsabilidades relacionadas às sanções de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar demandará a instauração de processo de responsabilização a ser conduzido por comissão composta por 2 (dois) ou mais servidores estáveis, que avaliará fatos e circunstâncias conhecidos e intimará o licitante ou o adjudicatário para, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação, apresentar defesa escrita e especificar as provas que pretenda produzir.

29.11. Caberá recurso no prazo de 15 (quinze) dias úteis da aplicação das sanções de advertência, multa e impedimento de licitar e contratar, contado da data da intimação, o qual será dirigido à autoridade que tiver proferido a decisão recorrida, que, se não a reconsiderar no prazo de 5 (cinco) dias úteis, encaminhará o recurso com sua motivação à autoridade superior, que deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do recebimento dos autos.

29.12. Caberá a apresentação de pedido de reconsideração da aplicação da sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data da intimação, e decidido no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do seu recebimento.

29.13. O recurso e o pedido de reconsideração terão efeito suspensivo do ato ou da decisão recorrida até que sobrevenha decisão final da autoridade competente.

29.14. A aplicação das sanções previstas neste edital não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral dos danos causados.

### **30. DA GESTÃO, FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO DO CONTRATO**

30.1. O CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado

30.2. O “SAESA” nomeará Gestor e Fiscal para executar gestão/ fiscalização dos contratos resultantes desta Concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção.

30.3. A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilatação do prazo de entrega, salvo expressa concordância do CONTRATANTE.

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

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

30.6. A ausência de comunicação por parte do CONTRATANTE, referente a irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato.

30.7. A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna do CONTRATANTE e/ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados ao CONTRATANTE.

30.8. Ao CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

30.9. O CONTRATANTE avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela CONTRATADA.

30.10. A avaliação semestral será considerada pelo CONTRATANTE para apurar a necessidade de solicitar, da CONTRATADA, correções que visem a melhorar a qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

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

### **31. DISPOSIÇÕES FINAIS**

- 31.1. A Comissão Especial de Licitação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder vistoria da infraestrutura que a agência apresentar na Proposta Técnica (invólucro 3, quesito Capacidade de Atendimento), que estará à disposição do **SAESA** para a execução do contrato.
- 31.2. A Comissão Especial de Licitação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, até a abertura do Invólucro nº 2.
- 31.3. Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser desclassificada ou inabilitada se o **SAESA** tiver conhecimento de fato que desabone à sua classificação técnica ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.
- 31.4. Se ocorrer desclassificação ou inabilitação da licitante vencedora, por fatos referidos no subitem precedente, o **SAESA** poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas e de Preços ou revogar esta concorrência.
- 31.5. 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.
- 31.6. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o **SAESA** comunicará os fatos verificados aos órgãos e instituições competentes para que sejam tomadas as devidas providências.
- 31.7. É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 337-I do Capítulo II-B, da Lei nº 14.133/2021
- 31.8. Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação do objeto da licitação ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

- 31.9. Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.
- 31.10. A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 148 da Lei nº 14.133/2021.
- 31.11. O **SAESA** poderá cancelar de pleno direito qualquer Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o respectivo contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados à contratada o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.
- 31.12. Antes da data marcada para o recebimento dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços, a Comissão Especial de Licitação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa, em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar este Edital, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.
- 31.13. As questões suscitadas por este Edital que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no foro da Comarca de São Caetano do Sul.

32.14 Integram este Edital os seguintes Anexos:

- Anexo I – Briefing
- Anexo II – Termo de Referência
- Anexo III – Planilha de Preços
- Anexo IV – Procuração (modelo)
- Anexo V – Declaração
- Anexo VI – Minuta de Contrato
- VII – Termo de Ciência e Notificação

São Caetano do Sul, 05 de julho de 2024

Patrícia Fernanda Junqueira Franco  
Gerente da Seção de Licitações e  
Gestão de Contratos

## **ANEXO I – BRIEFING**

Concorrência nº 01/2024

Processo Administrativo nº 1356/24

### **BRIEFING**

#### **SÃO CAETANO DO SUL**

São Caetano do Sul, com cerca de 15 km<sup>2</sup>, situa-se na região metropolitana de São Paulo, integrando o Grande ABC paulista. Com população aproximada de 162 mil habitantes apresenta ótimas condições de saneamento básico com 100% da cidade dispondo de água potável distribuída, 100% do esgoto coletado e tratado, 100% de coleta de resíduos comum e 100% de coleta seletiva.

Esse cenário contribui para que São Caetano do Sul apresenta os melhores indicadores sociais de todo o país, uma cidade considerada exemplar em vários aspectos do chamado IDH (Índice de Desenvolvimento Humano) da ONU, estando em 1º lugar na lista dos municípios brasileiros por IDH (0,862). A liderança da lista reforça outra conquista recente de São Caetano do Sul: o título de cidade mais sustentável do Brasil. O reconhecimento foi do Índice de Desenvolvimento Sustentável das Cidades, ranking do Instituto Cidades Sustentáveis, baseado no cumprimento dos ODS, que considera os 5.570 municípios brasileiros.

Os serviços de saneamento básico da cidade são de responsabilidade do SAESA: Sistema de Água, Esgoto e Saneamento Ambiental de São Caetano do Sul.

#### **O SAESA**

O SAESA é uma Autarquia municipal que tem por missão promover estudos e trabalhos técnicos relativos à construção, ampliação e remodelação dos sistemas de abastecimento de água e coleta de esgotos sanitários, além da manutenção, operação e exploração dos serviços de água e esgoto e de limpeza pública, saneamento e desenvolvimento ambiental, por meio de ações de educação, conscientização e preservação, afora o cuidado e manutenção dos parques e jardins públicos. É também de sua responsabilidade o lançamento, fiscalização e arrecadação das taxas e tarifas referentes aos serviços prestados à população,

A Autarquia municipal foi criada em 19 de dezembro de 1969, pela Lei n.º 1.813, e tem capacidade jurídica de direito público e autonomia administrativa e financeira. Em 8 de novembro de 2017, com a lei nº 5.575, a Autarquia conhecida como DAE SCS (Departamento de Água e Esgoto de São Caetano do Sul) assumiu mais algumas atribuições ampliando os serviços prestados, passando a denominar-se SAESA. Em 2024, a Autarquia completa 55 anos.

Em 2018, o orgulho de São Caetano do Sul foi fortalecido quando a cidade saiu da 18ª para a 1ª posição em saneamento básico no ranking da ABES (Associação Brasileira de Engenharia Sanitária e Ambiental), e repetido por três anos consecutivos (2018, 2019 e 2020). Para alcançar esse patamar, o SAESA tem trabalhado arduamente de forma integrada e com importantes investimentos para que o município mantenha 100% dos serviços de abastecimento de água, coleta e tratamento de esgoto, além da coleta de resíduos sólidos e sua destinação adequada. Essas conquistas resultam de uma ação completa e eficiente que leva saúde e qualidade de vida para todos os habitantes de São Caetano do Sul.

## **NOSSO TRABALHO**

O SAESA trabalha diuturnamente no investimento, controle, manutenção e qualificação dos serviços ofertados à população de São Caetano do Sul, de forma integrada sempre na perspectiva da qualidade de vida de cada munícipe e da melhoria da cidade, abrangendo vários programas e ações voltados à manutenção do padrão de limpeza e qualidade da nossa cidade.

### - Água

A qualidade da água distribuída no município é monitorada diariamente através de análises físicas, químicas, físico-químicas e microbiológicas, realizadas por empresa terceirizada. Os padrões de potabilidade são rigorosamente controlados de acordo com as legislações em vigor (Portaria MS nº 2914 de 12 de dezembro de 2011 e Resolução Estadual SS 65 de 12 de abril de 2005).

Mensalmente, conforme padronizado, são coletadas amostras de água em 66 pontos estratégicos e efetuadas as análises dos parâmetros: cloro residual livre, fluoretos, bactérias heterotróficas, coliformes totais, cor, odor, sabor, pH e turbidez. Um acompanhamento mais rigoroso é realizado semestralmente, no qual estão incluídas a detecção de substâncias orgânicas, inorgânicas, agrotóxicos, desinfetantes e produtos secundários da desinfecção. Além de prezar pela qualidade da água distribuída, o SAESA realiza a identificação e o controle de vazamentos, novas ligações, transferências ou cancelamentos; limpeza e revestimento; poços artesanais e bicas e água de reuso.

### - Coleta de Lixo Comum

A coleta de lixo comum acontece de segunda a sábado, e aos domingos nos grandes centros comerciais, e contempla todos os imóveis da cidade. Após a coleta, o lixo é encaminhado para o aterro sanitário.

### Coleta de lixo da saúde e destinação final

A coleta do lixo hospitalar é realizada diariamente em todos os estabelecimentos de saúde da cidade. A material coletado é encaminhado para a incineração e autoclave.

### - Coleta Seletiva Porta a Porta

A coleta seletiva porta a porta é realizada uma vez por semana, por meio de caminhões que percorrem os bairros da cidade. O SAESA fornece sacos amarelos em todas as residências e big bags (grandes sacolas reforçadas) nos condomínios com mais de 30 apartamentos. Também as principais áreas comerciais, aos domingos, recebem o serviço de coleta.

Todo resíduo resultante segue para o Centro de Triagem da Coleta Seletiva, localizado no Bairro Prosperidade, onde é feita a separação e o encaminhamento dos materiais recicláveis.

### -Cata-Treco

Para a retirada e destinação de utensílios domésticos descartados dos imóveis (madeiras, eletrônicos, móveis, entre outros, e até 5 sacos de entulho) está disponível o serviço cata-treco. Uma estratégia que contribui de forma importante para manter o elevado padrão de limpeza pública, inclusive como prevenção de transtornos aos munícipes, principalmente no período de fortes chuvas. Para usufruir do serviço a população pode fazer o agendamento da retirada dos materiais, por meio do telefone (4239-1716/4239-1717/4239-1718), ou aguardar ações pontuais realizadas em bairros específicos mediante comunicação prévia de datas e percurso.

### - Limpeza Pública, Varrição e outros Serviços

A realização da limpeza pública inclui vários serviços realizados de forma sistemática, como: poda de árvore, poda de raiz, jardinagem e limpeza de praças, parques, jardins e vias; varrição de ruas; lavagem especial de locais públicos; desassoreamento de córregos e canais; limpeza das ruas de feiras livres com lavagem e desinfecção; limpeza de locais de acesso aberto ao público; asseio de monumentos e sanitários públicos; desinsetização e desratização.

### - Esgoto

São Caetano do Sul possui 100% do serviço de coleta e tratamento de esgoto. Os esgotos são transportados para a estação através de um sistema de esgotamento constituído por interceptores, sifões e emissários ligados a todos os imóveis do município: residenciais e comerciais. O SAESA além de efetuar novas ligações atua na manutenção permanente da rede com objetivo de prevenir a ocorrência de vazamentos, entupimentos e infiltrações, além de implementar novas ligações de fundos de lote.

### - Drenagem

O SAESA dispõe de um Plano Municipal de Drenagem e Manejo das águas pluviais urbanas. O Plano prever ações para os próximos 20 anos, voltadas basicamente

para minimizar riscos de enchentes e favorecer o correto desenvolvimento urbano do município.

#### - Desenvolvimento Ambiental

A DDA (Divisão de Desenvolvimento Ambiental) é responsável pela regulação das ações de gestão ambiental, organizando-as em todas as suas nuances, incluindo a integração intersetorial, particularmente no que tange à orientação da ação de outras secretarias. Destacam-se dentre suas ações: a proposição e coordenação de planos, programas e projetos voltados à melhoria da qualidade ambiental; a realização de avaliações do extrato arbóreo, tendo em vista a proposição de políticas públicas para o sistema de arborização urbana e áreas verdes no âmbito municipal; desenvolvimento de ações relativas ao paisagismo e jardinagem; estabelecimento de diretrizes, critérios, políticas públicas e projetos para as praças e parques do município, em parceria com outros órgãos; introdução de espécies nativas no dossel arbóreo; avaliações de licenciamentos e suas variáveis; coordenação de programas de educação ambiental; incentivo ao desenvolvimento da consciência ecológica da população; gerenciamento e atualização do sistema de dados e informações ambientais; articulação e integração com todos os órgãos da Prefeitura Municipal de São Caetano do Sul em prol do desenvolvimento sustentável.

#### **OBJETIVOS ESTRATÉGICOS ATUAIS**

O SAESA tem como objetivo atender à constante necessidade de modernização da infraestrutura da cidade, ao tempo em que realiza uma ação permanente no controle e na disponibilidade de água potável de qualidade para todos os munícipes, no atendimento à totalidade da necessidade de esgotamento sanitário, drenagem de águas pluviais urbanas e o manejo de resíduos sólidos, por meio do saneamento básico sustentável e da manutenção da excelência dos serviços prestados. Além disso, assume sua responsabilidade de informar à população sobre as questões de saneamento urbano, tendo em vista a conscientização e educação da sociedade para uma cidade cada vez mais saudável, bonita e com qualidade de vida para todos os moradores.

A Autarquia é reconhecida pelos números de excelência, como umas das melhores empresas de saneamento básico municipal do país, em razão da valorização efetiva de seus profissionais e colaboradores; pela melhoria continuada dos processos técnicos e administrativos; em função da confiabilidade e eficiência do sistema; e cumprimento integral de normas e disposições legais.

O trabalho contínuo do SAESA preza pela qualidade. Qualidade no atendimento, nos serviços prestados e na valorização da qualidade de vida de todos os moradores.

#### **IMPORTÂNCIA NO DESENVOLVIMENTO DA SOCIEDADE**

A prioridade do SAESA tem como foco a manutenção de 100% dos serviços de abastecimento de água, coleta e tratamento de esgoto, qualidade na prestação dos trabalhos de drenagem urbana, além da coleta de resíduos sólidos e sua destinação adequada é prioridade, consciente de que esse trabalho reflete diretamente na saúde no bem-estar da população, com importantes repercussões no crescimento sustentável do município, em matéria de qualidade de vida.

## **CAMPANHA**

O SAESA faz um trabalho de importância e grande significado para a população do município e, em função disso, as ações de comunicação são fundamentais para dar evidência e clareza da sua missão e responsabilidades, além de informar e orientar a sociedade, sobre os serviços ofertados, direitos e responsabilidades de ordem individual e coletiva. Um caminho importante que deve ser valorizado neste contexto é, portanto, o envolvimento da sociedade numa perspectiva de que, juntos, as ações tenham efeito duradouro e perceptível na vida de todos.

O objetivo da campanha a ser apresentada pelas licitantes é posicionar o SAESA como uma empresa moderna que preza pela qualidade, eficiência e agilidade dos serviços ofertados com efeitos diretos, muitos deles imediatos, que são ligados ao dia a dia da população de São Caetano do Sul.

Os 55 anos da Autarquia, completados em 19 de dezembro de 2024, deverá ser valorizado. São 55 anos de trabalho e realizações em busca constante da melhoria do dia a dia da cidade e dos moradores. Ações contínuas, modernas e unificadas que se refletem no presente e no futuro da sociedade. Salientar a importância do SAESA no desenvolvimento da cidade, na saúde, educação e bem-estar de todos é um aspecto que deverá ser trabalhado, do mesmo modo a responsabilidade com a disponibilidade de água, saneamento, limpeza e educação, produtos de valor inestimável na vida e no futuro. A campanha deverá mostrar todos os serviços prestados pelo SAESA, suas responsabilidades, qualidades e a necessidade da conscientização e participação da sociedade. Exaltar a importante presença no cotidiano da população neste mais de meio século.

Ressaltar que a atuação da comunicação do SAESA volta-se para públicos de diferenciados níveis cultural e econômico, necessidades diversas, englobando desde os mais humildes até os que apresentam melhores condições de vida, o empresariado, lideranças e autoridades de relevância no âmbito municipal. A Autarquia na sua missão mantém o caráter de unicidade na sua relação com a sociedade, tendo em vista a manutenção de um padrão de linguagem que se atenha à simplicidade, objetividade, clareza e características capazes de identificá-la com todos os públicos.

Durante o período de 30 (trinta dias), desenvolveremos campanha publicitária em nossas redes sociais, vídeo institucional, produção de folder, para distribuição nos espaços públicos, e divulgação nos fronts light e back light espalhados nos

principais pontos da cidade, mostrando o cotidiano da Autarquia, além de destacar os serviços disponíveis para a população como: reparos nas redes de água e esgoto, fornecimento de água com qualidade testada e aprovada em laboratórios, novas ligações de água e esgoto, informar que a cidade conta com 100% de esgoto coletado e tratado, sendo a primeira da Grande São Paulo a obter essa marca, intervenções de drenagem urbana, que contemplam a limpeza e manutenção de todas as bocas de lobo do município, destacar a importância dos serviços de limpeza pública, coleta seletiva porta a porta, com o fornecimento de sacos amarelos nas residências, estimular o processo de coleta seletiva, divulgar os dias e horários da coleta seletiva fornecer os canais de contato para agendamento do cata-treco, que contempla a retirada dos utensílios doméstico e até 05 sacos de entulho dos imóveis, informar os pontos de descarte voluntário dos materiais eletrônicos, divulgar os dias do Programa Eco Troca, realizado em parceria com a municipalidade, onde os munícipes têm a oportunidade de trocar materiais recicláveis e óleo de cozinha usado por produtos do gênero alimentício e de limpeza, divulgar as novas instalações da Central de Triagem de Coleta Seletiva, que tem como objetivo ampliar a coleta e aproveitamento de 30% dos recicláveis coletados na cidade, informar os canais de solicitação de serviços ambientais como poda, supressão de árvore, poda de raiz e plantio de novas espécies, orientar a população sobre os riscos da Dengue, principalmente no período de chuvas (a campanha será programada para o mês de dezembro, época do ano com grande incidência de proliferação do mosquito Aedes Aegypt).

## **PÚBLICO-ALVO**

Todos os moradores de São Caetano do Sul.

## **VERBA REFERENCIAL PARA A CAMPANHA**

R\$ 650.000,00

## **PERÍODO DE VEICULAÇÃO**

A presente campanha terá duração de 30 (Trinta) dias, com período a ser definido e justificado pela licitante.

## **PRAÇAS DE VEICULAÇÃO**

Município de São Caetano do Sul.

## **RECURSOS PRÓPRIOS**

- Site e Redes Sociais: Facebook, Instagram, Threads e Youtube;
- Criação e impressão, cerca de 10.000 folders, para serem distribuídos nos equipamentos públicos em parceria com as Secretarias de Educação e Saúde;

- Vídeo Institucional;
- Divulgação nos back light e front light situados nos principais pontos da cidade;
- Público Interno: e-mail marketing para mailing de colaboradores.

## **ANEXO II – TERMO DE REFERÊNCIA**

Concorrência nº 01/2024

Processo Administrativo nº 1356/24

### **Informações Primárias sobre a Contratação:**

Órgão: Sistema de Água, Esgoto e Saneamento Ambiental de São Caetano do Sul  
– SAESA-SCS

**Seção Solicitante:** Seção de Comunicação – S-Com

**Descrição de Categoria de Investimento:** Prestação de Serviços

### **OBJETO:**

O objeto da presente Concorrência é a contratação de 01 (uma) Agência de Propaganda, para a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, intermediação, supervisão e execução de estratégias e ações de publicidade e atividades complementares, assim como a distribuição da comunicação aos veículos.

Os serviços de publicidade contratados terão por objeto somente as atividades previstas no Artigo 2º, da Lei nº 12.232/2010, sendo **vedada** a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas, de patrocínio ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, bem como as de pesquisas de opinião que contém em seu bojo assuntos eleitorais e/ou políticos.

### **JUSTIFICATIVAS:**

Os serviços de publicidade contratados terão por objeto somente as atividades previstas no Artigo 2 da Lei nº 12.232/2010, 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.

Compreende-se como ação publicitária, o conjunto de peças e materiais publicitários concebidos e desenvolvidos pela agência de propaganda, mediante demanda do anunciante, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, promover a divulgação das ações do Sistema de Água, Esgoto e Saneamento Ambiental de São Caetano do Sul,, assim como a

distribuição da comunicação aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de informar o público em geral.

Compreende-se como estratégia publicitária, a elaboração e execução do plano de ações publicitárias.

Compreende-se como agência de propaganda, a empresa especializada na arte e na técnica publicitária, que, por meio de técnicos e especialistas, estuda, planeja, conceitua, concebe, cria, executa internamente, intermedeia e supervisiona a execução externa e distribui publicidade.

Compreende-se como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

à produção, à execução técnica e à veiculação das peças e projetos criados, como, por exemplo, a contratação de empresa especializada para envio de material aos veículos/exibidoras ou mesmo para conversão de formato e/ou extensão para veiculação em mídia específica.

ao planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias, sobre os resultados das campanhas realizadas e das campanhas em desenvolvimento, relacionados à publicidade do SAESA, como, por exemplo, a elaboração de estratégia e a contratação de serviços especializados em pesquisa pela internet, assim como a mensuração de resultados das ações de comunicação realizadas na rede, entre outros.

à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com as novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das estratégias publicitárias, como, por exemplo, a elaboração e execução de ações pela internet, assim como contratação de impulsionamento (método de veiculação nas principais plataformas da rede) e de mídia programática, entre outros.

Ressalta-se que as pesquisas citadas anteriormente têm a exclusiva finalidade de:

1. gerar conhecimento sobre o ambiente de atuação do SAESA, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
2. aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;
3. possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

O planejamento objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) como digitais (on-line) para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

Não está contemplada no objeto a divulgação de publicidade oficial, assim entendida a publicação de documentos e informações determinadas por força de lei ou regulamento veiculada via Diário Oficial.

Também não se abrange neste objeto as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos. Não se incluem no conceito de patrocínio os projetos de veiculação em mídia – assim entendidos os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

O valor previsto para a contratação pretendida é de R\$ 6.138.472,74 (seis milhões, cento e trinta e oito mil, quatrocentos e setenta e dois reais e setenta e quatro centavos) para o prazo de vigência de 12 (doze) meses, com a previsão decenal de sua prorrogação, nos termos do artigo 107 da Lei nº 14.133/21.

O contrato será reajustado nos termos do § 7º, do artigo 25 da Lei Federal nº 14.133/21, e o índice a ser utilizado será o IGP-M, ou outro que venha a substituí-lo

Diante do valor previsto para a contratação, com fulcro no artigo 4º, parágrafo 1º, inciso I da Lei 14.133/21, não serão aplicadas ao presente certame as disposições constantes dos artigos 42 a 49 da Lei Complementar 123, de 14 de dezembro de 2006.

Por se tratar de prestação de serviço, necessária para facilitar a comunicação e melhorar o entendimento das ações ambientais junto à comunidade, a presente contratação está em pleno alinhamento com as diretrizes orçamentárias, ante o aspecto continuado de sua natureza, conforme Unidade Orçamentária 08.01.02 – Seção de Comunicação, e Classificação Funcional: 17.512.1403.2.133. 3.3.90.39-88 – Publicidade e Propaganda.

O SAESA se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

De acordo com as Leis nºs 12.232/2010 e 14.133/21, este processo licitatório será realizado na modalidade “concorrência” do tipo “técnica e preço”, na forma presencial, pelo fato de que o Município de São Caetano do Sul ainda não possui

software para assegurar a ausência de metadados nos arquivos apócrifos da proposta, que possam identificar os licitantes.

Ressalta-se que, por força legal contida no artigo 1ª da Lei 12.232/2010, é obrigatória a realização de procedimentos licitatórios nas contratações pela administração pública de serviços de publicidade, que deverão ser prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda.

O SAESA, para a contratação pretendida, sempre foi atendido por 01 (uma) Agência Publicitária, sendo que o atual contrato, corre através do Processo Administrativo nº759/2019, Concorrência nº 01/2019, cuja vigência se dará até o mês de julho p.f.

### **ESCLARECIMENTOS E IMPUGNAÇÃO:**

Qualquer pessoa é parte legítima para impugnar o presente edital por irregularidade na aplicação da legislação vigente ou para solicitar esclarecimento sobre os seus termos, devendo protocolar o pedido até 3 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame, em quaisquer das seguintes formas:

- **por correspondência: protocolada na Seção de Licitações, pavimento superior do prédio sede, situado à Av. Fernando Simonsen, nº 303 – Bairro Cerâmica, em São Caetano do Sul-SP, de 2ª a 6ª feira das 8:30 às 17:00 horas;**
- **pelo e-mail: [esclarecimento.lic@saesascsp.gov.br](mailto:esclarecimento.lic@saesascsp.gov.br)**

A resposta à impugnação ou ao pedido de esclarecimento será divulgada no site do SAESA: <https://portais.saocaetanodosul.sp.gov.br/licitacoes-saesas/Portal> , no prazo de até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame.

Por se tratar de licitação para contratação de agência de publicidade, e pela exigência contida, por exemplo, no art.6º, XII da Lei nº 12.232/2010, não haverá a identificação do consulente, na resposta divulgada.

Caso o pedido de esclarecimento seja elaborado por pretensa licitante, esta não deverá utilizar nenhum termo que possibilite a identificação de sua Proposta Técnica, referente ao Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada).

Aos interessados, cabe acessar assiduamente o sítio eletrônico do SAESA para se manter atualizados sobre o andamento do certame

Qualquer interessado, nos termos do § 4º do artigo 170 da Lei 14.133/21, poderá representar junto aos órgãos de controle interno e ao Tribunal de Contas do Estado

de São Paulo, caso a irregularidade arguida em sede de Impugnação, ou não tenha, através do pedido de esclarecimento, sanado as dúvidas suscitadas.

## **8.DA ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA**

A **PROPOSTA TÉCNICA**, composta de Plano de Comunicação Publicitária e de documentos relativos à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação condicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

No Invólucro nº 1 deverá estar condicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver condicionado no invólucro padronizado, fornecido pela Comissão Especial de Licitação, **a ser retirado, exclusivamente, pela agência que o solicitar formalmente na Seção de Licitações e Gestão de Contratos.**

As Licitantes poderão solicitar o involucro n.º 01, até o dia anterior da data marcada para abertura do procedimento licitatório em tela, o que deverá ser realizado na forma do item anterior.

O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica, para preservar, até a abertura do Invólucro nº 2, o sigilo quanto à sua autoria.

O Invólucro nº 1 não poderá:

- ter nenhuma identificação;
- apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante.

No Invólucro nº 2 deverá estar condicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.

O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

### **Invólucro nº 2**

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada  
Nome empresarial e CNPJ da licitante  
Concorrência nº 01/2024

O Invólucro nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

### **Invólucro nº 3**

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento,  
Nome empresarial e CNPJ da licitante  
Concorrência nº 01/2024

O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

O Invólucro nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

### **DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA**

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

<b>QUESITOS</b>	<b>SUBQUESITOS</b>
1. Plano de Comunicação Publicitária	I. Raciocínio Básico
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária
	III. Ideia Criativa
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia
2. Capacidade de Atendimento	
3. Repertório	
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada: para sua apresentação, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

- a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
  - a) capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m<sup>2</sup>, ambas em branco;
  - b) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato;
  - c) espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
  - d) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
  - e) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
  - f) alinhamento justificado do texto;
  - g) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos;
  - h) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
  - i) sem identificação da licitante.

Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, quadros, tabelas e/ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

- a) poderão ser editados em cores;
- b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho entre 08 e 12 pontos;
- c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:
  - c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, cada folha de papel A3 será computada como 2 (duas) páginas de papel A4;
  - c2) impressas na orientação paisagem.

Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

- I - ser editados em cores;
- II - ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;
- III - ter qualquer tipo de formatação de margem;
- IV - ser apresentados em papel A3 dobrado.

As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser impressas na orientação paisagem.

Os exemplos de peças integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno. Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1.

O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a

identificação de sua autoria, antes da abertura do Invólucro nº 2.

Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação e descrição das peças publicitárias estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.

Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.

Para fins desta concorrência, consideram-se como não mídia os meios publicitários (*off-line ou on-line*) que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagens a públicos determinados.

Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquestos. Essas páginas não serão computadas no limite de página previsto.

A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no Briefing, observadas as seguintes orientações:

Subquesto 1 - Raciocínio Básico - apresentação em que a licitante descreverá:

- a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere;
- b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
- c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

Subquesto 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária - apresentação e defesa da Estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no Briefing, compreendendo:

- a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;
- b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

Subquesto 3 - Ideia Criativa - apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

- a) relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga

necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma;

- b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária.

A relação e descrição de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.

Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação e descrição de peças mencionada anteriormente deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para as demais.

Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subquesto 3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

- a) roteiro, *layout* ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;
- b) 'monstro' ou *layout* eletrônico, para o meio rádio;
- c) *storyboard* animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e internet;
- d) 'boneco' ou *layout* montado dos materiais de não mídia.

As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou *pass-partout*. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

Na elaboração de 'monstro' ou *layout* eletrônico para o meio rádio poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.

Na elaboração do *storyboard* animado ou *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não podendo ser inseridas imagens em movimento.

O 'monstro' ou *layout* eletrônico e o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em CD, DVD ou *pen drive*, executáveis em sistema operacional *Windows*.

Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou *pen drive*) não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

Os exemplos não serão avaliados sob os critérios utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela licitante para a apresentação.

Para facilitar seu cotejo, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, banner internet), de acordo com as seguintes orientações:

- a) texto em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos;
- b) nos casos de “monstro” ou layout eletrônico e de storyboard animado ou animatic, que deverão ser apresentados em CD, DVD ou pen drive, a indicação do tipo de peça deve ocorrer nos nomes dos arquivos salvos, uma vez que essas mídias devem ser apresentadas na condição original, somente com a marca do fabricante, conforme descrito anteriormente.

Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez), devem ser observadas as seguintes regras:

- A. as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- B. cada peça apresentada como parte de um *kit* será computada no referido limite;
- C. uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, *banner* de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como *outdoor*, envelopamento de veículo, adesivagem de *finger*, entre outros), será considerada 01 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;
- D. um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;
- E. um filme e o *hotsite* que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças;
- F. um *banner* e o *hotsite* por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.

Na apresentação de proposta de *hotsite*, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:

- i. estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação do CONTRATANTE a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;
- ii. tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;
- iii. plano de mídia: composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;
- iv. simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

Todas as peças publicitárias que integrarem a relação deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

O plano de mídia proposto deverá apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação;
- e) as quantidades a serem produzidas de cada peça publicitária de não mídia;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça publicitária de não mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia.
- h) os valores (absolutos e percentuais) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

Nessa simulação:

os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação;

não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços;

deverão ser desconsiderados os honorários sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, sem os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

I - ter a identificação da licitante;

II - ser datado;

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

Quesito 2 - Capacidade de Atendimento: a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

O caderno específico mencionado não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar:

- a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;
  - b.1. Não se admitirá, em hipótese alguma, que o mesmo profissional integre a equipe técnica de mais de uma Agência de Propaganda participante do certame;

b.2. A indicação dos profissionais componentes da equipe técnica deverá vir acompanhada de declaração formal de disponibilidade firmada por cada um dos técnicos indicados e relacionados. Caso pretenda a Agência substituir qualquer profissional que tenha sido indicado na licitação, o substituto, deverá ser consultado previamente e exigir do mesmo a comprovação de experiência equivalente ou superior à do substituído;

b.3. A equipe técnica mínima necessária à execução dos serviços deverá contemplar, pelo menos, 10 (dez) profissionais com os seguintes perfis:

Profissionais	Quantidade Mínima
Estudo e Planejamento	02
Criação	03
Produção Gráfica	01
Mídia	02
Atendimento	01
Produção de RTV	01

c) infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição do CONTRATANTE para a execução do contrato;

d) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;

e) relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do CONTRATANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

Quesito 3 - Repertório: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante.

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

As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2017.

As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentadas soltas.

As peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

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

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

As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pelo CONTRATANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda

Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

A licitante deverá apresentar 03 (três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 04 (quatro) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

- I – deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
- II – deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
- III - não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pelo CONTRATANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;
- IV – deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página. No documento de validação constará, além do

atestes dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

Os Relatos devem ter sido implementados a partir de 1º de janeiro de 2017.

É permitida a inclusão de até 03 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pen drive, executáveis no sistema operacional

Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentadas soltas;

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;

III - para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propõe a resolver.

A ficha técnica de cada peça deverá compor o limite de páginas estabelecido para descrição do Relato.

## **JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de "Técnica e Preço", nos termos do Artigo 5º, da Lei Federal nº 12.232/2010 e dos Artigos 33, 34 e 35 da Lei Federal nº 14.133/2021, estabelecido o peso 70 para a Proposta Técnica e o peso 30 para a Proposta de Preços.

A Subcomissão Técnica, indicada por meio de Portaria publicada no Diário Oficial Eletrônico do Município, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e no Termo de Referência. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito:

**Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária:**

**Subquesito 1 - Raciocínio Básico**

- a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do contexto de sua atuação;
- b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

- c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo CONTRATANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

#### Subquesto 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do CONTRATANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
- b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;
- c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do CONTRATANTE com seus públicos;
- d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
- e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o CONTRATANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.

#### Subquesto 3 - Ideia Criativa

- a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b) a pertinência da solução criativa com a natureza do CONTRATANTE, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;
- d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;
- e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;
- g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.

#### Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a. a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- b. a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;

- c. a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;
- d. a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do CONTRATANTE e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- e. o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

#### Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

- a. o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;
- b. a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do CONTRATANTE;
- c. a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do CONTRATANTE na execução do contrato;
- d. a funcionalidade do relacionamento operacional entre o CONTRATANTE e a licitante;
- e. a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do CONTRATANTE.

#### Quesito 3 – Repertório

- a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;
- b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;
- c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.

#### Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;
- b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;
- c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;
- d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

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

Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito, cada membro da Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas pelas licitantes, e a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta e aos critérios de julgamento técnico estabelecidos neste Edital.

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

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Publicitária		55
SUB QUESITOS	I. Raciocínio Básico	5
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária	20
	III. Ideia Criativa	20
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	10
2. Capacidade de Atendimento		25
3. Repertório		10
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		10
<b>PONTUAÇÃO TOTAL</b>		<b>100</b>

Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas.

A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 02 (DUAS) casas decimais.

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 Edital e no Termo de Referência.

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 subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das seguintes situações:

- a. apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;
- b. não alcançar, no total, 70 (setenta) pontos;
- c. obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do Edital, a depender da gravidade da ocorrência.

A Pontuação Técnica de cada Licitante corresponderá à soma dos pontos dos 04 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

A Pontuação Técnica da Licitante será considerada na identificação do seu Índice Técnico, no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços (na composição da Nota Final Geral).

## **DA ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS**

No Invólucro nº 4 deverá estar acondicionada a Proposta de Preços das licitantes.

O Invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

### **Invólucro nº 4**

Proposta de Preços  
Nome empresarial e CNPJ da licitante  
Concorrência nº 01/2024

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

## **DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços que constitui o Anexo III deste Edital e apresentada em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de 120 (cento e vinte) dias corridos, contados de sua apresentação.

Caso o prazo de validade da proposta preços previsto no item acima venha a expirar até a data de realização da sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão Especial de Licitação poderá realizar diligências necessárias à resolução da mencionada falta, nos termos do § 2º, do art. 59, da Lei Federal nº 14.133/2021, como forma de prorrogar validade da proposta vencida.

## **DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS**

O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de "Técnica e Preço", nos termos do Artigo 5º, da Lei Federal nº 12.232/2010, e dos Artigos 33, 34 e 35, da Lei Federal nº 14.133/2021, estabelecido o peso 70 para a Proposta Técnica e o peso 30 para a Proposta de Preços.

As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital.

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

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

As Propostas de Preço, serão avaliadas e valoradas segundo critérios abaixo:

a) Desconto percentual, oferecido em relação aos seus custos internos, baseados na tabela vigente do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo – **(D1)**

<b>% de Desconto</b>	<b>Pontos</b>
Entre 15% até 40%	05
Acima de 40% até 45%	10
Acima de 45% até 50%	15
Acima de 50% até 55%	20
Acima de 55% até 60%	30
Acima de 60%	40

b) Honorários a serem cobrados, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato.- **(D2)**

<b>% de Honorários</b>	<b>Pontos</b>
Acima de 10%	0
Entre 9,99% e 8,00%	10
Entre 7,99% e 7,00%	15
Entre 6,99% e 3,00%	20

c) Honorários a serem cobrados, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.- **(D3)**

<b>% de Honorários</b>	<b>Pontos</b>
Acima de 10%	0
Entre 9,99% e 8,00%	10
Entre 7,99% e 7,00%	15
Entre 6,99% e 5,00%	20

e) Honorários a serem cobrados, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione a esta licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/65. – **(D4)**

<b>% de Honorários</b>	<b>Pontos</b>
Acima de 10%	0
Entre 9,99% e 8,00%	05
Entre 7,99% e 7,00%	10
Entre 6,99% e 5,00%	15
Entre 4,99% e 1%	20

Será considerada como melhor proposta de preço aquela que atingir a maior pontuação por meio da fórmula abaixo:

$$\text{NPP} = (\text{D1} + \text{D2} + \text{D3} + \text{D4})$$

NPP – Nota da Proposta de Preços

### **DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇO**

A pontuação final será obtida por meio de média aritmética ponderada, observando os pesos definidos para as duas notas finais (Nota da Proposta Técnica e Nota da Proposta de Preços), conforme a fórmula abaixo:

$$\text{NFG} = \frac{(\text{NPT} \times 7) + (\text{NPP} \times 3)}{7+3}$$

NFG – Nota Final Geral

NPT – Nota da Proposta Técnica 7 – peso 70 estabelecido à nota da Proposta Técnica

NPP – Nota da Proposta de Preços – peso 30 estabelecido à nota da Proposta de Preços

Havendo empate, o desempate se dará por meio da atribuição da maior nota aos quesitos da Proposta Técnica, na seguinte ordem:

1. Estratégia de Comunicação Publicitária;
2. Ideia Criativa;
3. Raciocínio Básico;
4. Estratégia de Mídia e Não Mídia.

Após a utilização do critério de desempate, persistindo o empate, a decisão será feita mediante sorteio.

Não se considerará qualquer outra oferta e vantagem não prevista no Edital, nem percentual de desconto ou vantagem, baseados em ofertas de outras licitantes.

Não se admitirá proposta que apresente preços simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços de mercado.

Será vencedora desta concorrência a licitante que mantiver as condições de participação estabelecidas anteriormente e que:

- A. tenha obtido a maior Nota Final Geral (NFG);
- B. e tenha sido habilitada.

### **DA ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO SOMENTE PELA LICITANTE CLASSIFICADA**

Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação pela licitante melhor classificada no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, nos termos do artigo 63, inciso II, da Lei Federal nº 14.133/21, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

#### **Invólucro nº 5**

Documentos de Habilitação  
Nome empresarial e CNPJ da licitante  
Concorrência nº 01/2024

O Invólucro nº 5 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

### **DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno único, ter todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante e deverão ser apresentados, alternativamente: em original, sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial ou, em cópia não autenticada, perante agente da Administração, mediante apresentação de original, para autenticação, no ato da abertura do envelope dos Documentos de Habilitação. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Especial de Licitações.

Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação, na forma prevista dos subitens a seguir:

Habilitação Jurídica

a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresariais e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

a1) os documentos mencionados na alínea 'a' deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação, devendo constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;

b) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

c) ato de autorização, quando se tratar de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento, expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;

d) registro comercial, em caso de empresa individual.

#### Regularidade Fiscal e Trabalhista

a) a inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) ou no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ);

b) a inscrição no cadastro de contribuintes estadual e/ou municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

c) a regularidade perante a Fazenda federal, estadual e/ou municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma do art. 68 da Lei nº 14.133/2021;

d) Certidões Negativas de Débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;

e) a regularidade relativa à Seguridade Social e ao FGTS, que demonstre cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei;

f) a regularidade perante a Justiça do Trabalho;

Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as fazendas públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade suspensa.

Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) 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.

Deverá ser entregue pelos licitantes, sob pena de desclassificação, declaração de que suas propostas econômicas compreendem 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 das propostas

Qualificação Técnica:

a) declaração(ões), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 3.1 do Edital;

b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010;

b1) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;

b2) o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Especial ou Permanente de Licitação

Qualificação Econômico-financeira

a) Tendo em vista o caráter continuado da contratação, e a possibilidade de sua prorrogação pelo período máximo de 10 anos, desde que comprovada a vantajosidade das condições estabelecidas e dos preços ofertados, a aptidão econômica da licitante, deverá comprovada e demonstrada através dos seguintes índices contábeis : Índice de Liquidez Corrente (ILC) igual ou superior a 1,0 e Índice de Liquidez Geral (ILG) igual ou superior a 1,0, os quais serão calculados pelas fórmulas:

$$ILC = AC/PC$$

$$ILG = AC + RLP / PC + ELP$$

Onde:

AC = Ativo Circulante

PC = Passivo Circulante

RLP = Realizável a Longo Prazo

ELP = Exigível a Longo Prazo

a.1) Deverá ser apresentada pela licitante, declaração, assinada por profissional habilitado da área contábil, que ateste o atendimento dos índices econômicos apresentados

b) balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais;

b1.) caso a pessoa jurídica tenha sido constituída há menos de 2 (dois) anos, os documentos limitar-se-ão ao último exercício.

c) certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede do licitante.

Todos os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

A declaração de Regularidade perante o Ministério do Trabalho - Anexo \_\_\_\_\_, deverá constar do invólucro nº 5.

Declarações:

A proponente deverá apresentar declaração, subscrita por seu representante legal, elaborada em papel timbrado da empresa, de que:

- não está cumprindo pena de inidoneidade com qualquer Ente da Administração Pública

- de que atende aos requisitos de habilitação, e que responderá pela veracidade das informações prestadas, na forma art. 63, I da Lei 14.133/21;

- de que cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas específicas, nos termos do Art. 63, IV da Lei 14.133/21;

- 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 das propostas, nos termos do parágrafo 1º, do artigo 63 da Lei Federal nº 14.133/21

- de que atende ao disposto no art. 7º, inciso XXXIII, da Constituição Federal, nos termos do “Anexo IX – Modelo de declaração de cumprimento ao disposto no inciso XXXIII, do Artigo 7º, da Constituição Federal”

## **ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

A Comissão Especial de Licitação analisará os Documentos de Habilitação, na forma estabelecida, desde que cumpridas as condições de participação, e julgará habilitada a que atender integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no Edital.

### **COMISSÃO PERMANENTE JULGADORA DE LICITAÇÕES E SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão Especial de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas, que serão processadas por uma Subcomissão Técnica, na forma do que dispõem o caput e §1º, do art. 10, da Lei n.º 12.232/10.

A Subcomissão Técnica será constituída por 03 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing, ou que atuem em uma dessas áreas.

Dentre os membros da Subcomissão Técnica, 01 (um) não poderá manter vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto com o “SAESA”.

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, 09 (nove) integrantes, previamente cadastrados pelo “SAESA”.

A relação dos nomes será publicada pela Comissão Especial de Licitação, 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.

O sorteio será processado pela Comissão Especial de Licitação, 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 o “SAESA”

A relação conterá, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com o “SAESA”.

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

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

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

Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 18.3.

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

A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo de 10 (dez) dias e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

## **PROCESSAMENTO E JULGAMENTO DA LICITAÇÃO**

A reunião de licitação será realizada em 04 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação.

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

A participação de representante de qualquer licitante ocorrerá mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido neste edital.

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.

A Comissão Especial de Licitação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão, no interesse do “SAESA”, relevar aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Concorrência.

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

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

Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão Especial de Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas, resultará na sua desclassificação.

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

## PRIMEIRA SESSÃO

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

- I. – Identificação dos representantes das licitantes, por meio do(s) documento(s) exigido(s) neste edital;
- II. – Apresentação à Comissão dos invólucros nºs 1, 2, 3 e 4.
- III. – Exame da conformidade dos invólucros com as disposições deste Edital;
- IV. – Rubrica no fecho dos invólucros nºs 2 e 4 e subsequente acondicionamento destes invólucros em receptáculo específico com rubrica no seu respectivo fecho pela Comissão e representantes das licitantes;
- V. – Abertura dos invólucros nºs 1 e 3, exame e rubrica de seus respectivos conteúdos pela Comissão e representantes das licitantes presentes.

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

O invólucro n. 1, 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 das licitantes antes da abertura do invólucro n. 2;
- II. – Não estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

O não recebimento do invólucro nº 1 implica o não recebimento dos demais invólucros da licitante e seu conseqüente impedimento de participar da Concorrência.

A Comissão, antes da abertura dos invólucros nº. 1, adotará medidas para evitar que seus membros e/ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

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

Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos invólucros nos; 1 e 3, for constatada ocorrência que possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão desclassificará a licitante.

Os invólucros nos 2 e 4 permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão.

Abertos os invólucros nºs. 1 e 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão.

A análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos invólucros nºs. 1 e 3 observarão os seguintes procedimentos:

- I. – Encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos invólucros n 1, 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 n. 3, 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.

## SEGUNDA SESSÃO

Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (invólucros n.º. 1 e 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela

Subcomissão Técnica, a Comissão convocará as licitantes para participar da segunda 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 ns. 2 e 4;
- III. – abertura e rubrica do conteúdo dos invólucros n. 2 e rubrica no fecho do invólucro n. 4;
- IV. – Cotejo das vias não identificadas (invólucro n. 1) com as vias identificadas (invólucro n. 2) 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 14.2, em caso de empate, após a decisão final, inclusive das Propostas de Preço.
- VIII. – Informação de que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será divulgado na forma da lei, com a indicação dos licitantes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação.

### TERCEIRA SESSÃO

A Comissão convocará as licitantes para participar da terceira 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 dos invólucros nº 4, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e representantes das licitantes presentes;
- III. – Julgamento das Propostas de Preço com a identificação das Propostas de menores preços e divulgação do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- IV. – Declaração da vencedora no julgamento final das Propostas, qual seja, a licitante mais bem classificada na média ponderada, de acordo com os respectivos pesos, na Proposta Técnica e na Proposta de Preços;

V. – Informação de que o resultado do julgamento final das Propostas será divulgado na forma da lei, com a indicação da ordem de classificação.

#### QUARTA SESSÃO

A quarta sessão pública terá a seguinte pauta básica:

b) receber e abrir o Invólucro nº 5, da Licitante mais bem classificada, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

c) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;

d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para análise dos documentos,

Será confeccionada a Ata Sessão Pública, divulgando aos presentes se a licitante melhor classificada foi habilitada nos termos deste edital e seus anexos, momento em que haverá a declaração de vencedor pela Comissão Especial de Licitações.

De acordo com o artigo 165, § 1º, inc. I da Lei 14.133/21, este será o momento em que os interessados deverão manifestar, imediatamente, sua intenção de recurso, sob pena de preclusão.

Decididos os recursos e constatada a regularidade dos atos praticados, a autoridade competente adjudicará o objeto à licitante vencedora e homologará o processo licitatório, nos termos da Lei.

#### RECURSOS ADMINISTRATIVOS

A fase recursal será única, e o prazo para sua interposição será de 3(três) dias úteis, contado da data de intimação ou de lavratura da ata, em face do julgamento das propostas, e ato de habilitação ou inabilitação de licitante, dentre outros. Devendo, para tanto, ser observado o constante do art. 165, § 1º, inc. I da Lei Federal nº 14.133/21

O recurso 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 do processo.

O acolhimento do recurso implicará invalidação apenas de ato insuscetível de aproveitamento.

O prazo para apresentação das contrarrazões será de 3 (três) dias e terá início na data de intimação pessoal ou de divulgação da interposição do recurso.

Será assegurado ao licitante o direito ao contraditório e a ampla defesa, para salvaguardar seus interesses

Os recursos terão prazos suspensivos

## **DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS E DEMAIS QUESTÕES**

Após cada Sessão Pública, será confeccionada a respectiva Ata.

Os meios oficiais de divulgações dos atos provenientes deste certame, serão: o sítio eletrônico do SAESA: [www.saesascsp.gov.br](http://www.saesascsp.gov.br) e o Diário Oficial Eletrônico do Município de São Caetano do Sul, através do link: <https://diariooficial.saocaetanodosul.sp.gov.br/publico/Default.aspx>

por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

## **HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO**

Encerradas as fases de julgamento e habilitação, e exauridos os recursos administrativos, o processo licitatório será encaminhado à autoridade superior, para adjudicar o objeto e homologar a licitação,

## **GARANTIA CONTRATUAL**

Incidirá a prestação de garantia contratual na contratação do objeto desta Concorrência, definido em 3% (três por cento) do valor contratual, cabendo ao contratado optar por uma das modalidades previstas no art. 96, §1º, da Lei 14.133/21.

Se o contratado optar pela modalidade seguro-garantia, a prestação deverá ocorrer no prazo mínimo de 1 (um) mês, contado da data de homologação da licitação e anterior à assinatura do contrato;

o prazo de vigência da apólice será igual ou superior ao prazo estabelecido no contrato principal e deverá acompanhar as modificações referentes à vigência deste mediante a emissão do respectivo endosso pela seguradora;

o seguro-garantia continuará em vigor mesmo se o contratado não tiver pago o prêmio nas datas convencionadas.

será permitida a substituição da apólice de seguro-garantia na data de renovação ou de aniversário, desde que mantidas as mesmas condições e coberturas da apólice vigente e desde que nenhum período fique descoberto, ressalvado o disposto no parágrafo 2º, artigo 96 da Lei nº 14.133/21;

A Garantia será liberada ou restituída após o cumprimento integral de todas as obrigações contratuais e, quando em dinheiro, será atualizada monetariamente, conforme dispõe o artigo 100 da Lei Federal nº. 14.133/21;

Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do IGP-M da Fundação Getúlio Vargas ocorrida no período;

A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA, no prazo de 30 (trinta) dias após o término do prazo de vigência deste contrato, mediante certificação, por seu Gestor, de que os serviços foram realizados a contento.

Nos casos em que houver prorrogação ou aditamento do ajuste contratual, a garantia deverá ser renovada ou revista quanto aos valores prestados

## **CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS**

A licitante vencedora terá o prazo de 10 (dez) dias, contados a partir da convocação, para assinar o respectivo instrumento de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo VI

Deverá apenas ser observada a condição constante no subitem referente a garantia contratual.

O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado, a juízo do **SAESA**, consideradas as justificativas que lhe forem apresentadas pela vencedora.

Se a licitante vencedora não comparecer no prazo estipulado para assinar o contrato, o **SAESA** poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas para a licitante que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta concorrência, independentemente da cominação prevista no § 5º, Art. 90, da Lei 14.133/2021.

Antes da celebração do contrato, o **SAESA** efetuará consulta aos seguintes cadastros: - Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (Ceis); Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep); - Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Atos de Improbidade Administrativa e Inelegibilidade (Cnia – CNJ); Impedimento Contrato/Licitação – Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, e CADIN de São Caetano do Sul

O contrato decorrente do presente certame terá a duração de 60 (sessenta) meses contados da data de sua assinatura, prorrogável por mais 60 (sessenta) meses, nos termos do artigo 107 da Lei Federal 14.133/21.

O contrato será reajustado após 1 (um) ano, com base no índice do IGP-M, ou outro que vier a substituí-lo, cuja data-base será vinculada à data do orçamento estimado.

A prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho da CONTRATADA, a ser procedida pelo CONTRATANTE, em conformidade com o subitem \_\_\_ deste Edital.

Os percentuais apresentados na proposta da licitante vencedora, a incidir sobre os preços na execução dos serviços contratados, se manterão fixos e inalteráveis no período do contrato ou da sua prorrogação, na sua ocorrência

A CONTRATADA se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta Concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu §1º da Lei nº 12.232/2010.

O “SAESA” avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela contratada, nos termos do subitem \_\_\_ deste Edital.

## **DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

As despesas com o contrato resultante desta Concorrência, pelos primeiros 12 (doze) meses, estão estimadas em R\$ R\$ 6.138.472,74 (seis milhões, cento e trinta e oito mil, quatrocentos e setenta e dois reais e setenta e quatro centavos)

Se o “SAESA” optar pela prorrogação do contrato que vier a ser celebrado, serão consignadas nos próximos exercícios, as dotações necessárias ao atendimento das despesas previstas.

A dotação orçamentária necessária para as despesas decorrentes com esta licitação correrá por conta da rubrica nº 3.3.90.39.00-737, classificação funcional, vínculo e sub-elemento de despesa: 17.512.1403.2.133-04.110.0000-88, respectivamente, a onerar o presente exercício e exercícios seguintes.

O “SAESA” se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

## **OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas no contrato firmado ou dele decorrentes:

Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

Executar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de serviços especializados e veículos – todos os serviços relacionados com o objeto do contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo CONTRATANTE.

Utilizar, na elaboração dos serviços, objeto do contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da Concorrência que deu origem ao ajuste, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal ao CONTRATANTE.

Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir ao CONTRATANTE as vantagens obtidas;

Pertencem ao CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de tempo e ou espaço publicitários diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou replicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação;

O disposto acima não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

A Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados ao CONTRATANTE:

I - fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

II - só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados junto ao CONTRATANTE, aptos a fornecer à CONTRATADA serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato;

III - apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados junto ao CONTRATANTE que atuem no mercado do ramo da prestação de serviços/ fornecimento pretendido, em atendimento à legislação vigente;

IV - exigir do fornecedor que constem da cotação dos serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

V - a cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

VI - juntamente com a cotação deverão ser apresentados 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.

Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos 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 do CONTRATANTE.

O CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado, sempre que julgar oportuno.

B Se e quando julgar conveniente, o CONTRATANTE poderá:

- a) supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato;
- b) realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de serviços, independentemente de valor.

As disposições dos **subitens A a B** não se aplicam à compra de tempos e ou espaço publicitários.

Submeter a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto do contrato, à prévia e expressa anuência do CONTRATANTE.

É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de serviços especializados de empresas em que dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o segundo grau.

Obter a aprovação prévia do CONTRATANTE, por escrito, para autorizar despesas com serviços especializados prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com o contrato.

A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta do CONTRATANTE, se previamente a identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada.

Apresentar à CONTRATANTE, para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

C Encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo do CONTRATANTE, sem ônus para esta:

- a) TV e Cinema: cópias em Betacam, e/ou DVD e/ou arquivos digitais;
- b) Internet: cópias em CD;
  
- c) Rádio: cópias em CD, com arquivos digitais;
- d) Mídia impressa e material publicitário: cópias em CD, com arquivos em alta resolução, abertos e ou finalizados.

Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pelo CONTRATANTE.

O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pelo CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no **subitem C**

Entregar ao CONTRATANTE, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.

Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões e telefonemas de serviço entre o CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos, e para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

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

Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto do contrato, que envolvam o nome do CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização.

Prestar esclarecimentos ao CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

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

Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação exigidas nesta Concorrência que deu origem ao ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

Cumprir todas as leis e posturas federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.

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

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

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

Apresentar, quando solicitado pelo CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante o CONTRATANTE.

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

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

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

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

Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto do contrato firmado.

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

## **OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE**

Constituem obrigações do CONTRATANTE, além das demais previstas no contrato firmado ou dele decorrentes:

- a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;
- b) comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas úteis;
- c) fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- d) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de serviços especializados pela CONTRATADA;
- e) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

- f) notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento do contrato;
- g) notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

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

Responsabiliza-se pelas demais obrigações constantes neste edital e seus anexos.

## **REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO**

A CONTRATADA será remunerada e ressarcida da seguinte forma:

Honorários de ..... % (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peças e ou material cuja distribuição não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

Honorários de ..... % (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução deste contrato.

Honorários de ..... % (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

.....(..... por cento) dos valores previstos na Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA.

Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

Os honorários de que tratam os subitens \_\_\_ a \_\_\_ serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

A CONTRATADA não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços prestados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse do CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pelo CONTRATANTE.

Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, deverão ser apresentados comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução da despesa e assegurar seu pagamento pelo líquido, sem a incidência de honorários.

As formas de remuneração estabelecidas no subitem 28.1. deste Edital poderão ser renegociadas, no interesse do CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

Além da remuneração prevista no subitem \_\_\_ a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965 e com o art. 11, §2º do Regulamento para Execução da Lei nº 4.680, aprovado pelo Decreto nº 57.690/1966.

A CONTRATADA repassará ao CONTRATANTE, se for o caso, parcela do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor negociado para a veiculação, observados os parâmetros estabelecidos pelo Anexo B das Normas Padrão da Atividade Publicitária.

Para a liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pelo CONTRATANTE, a CONTRATADA deverá apresentar:

I - a correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, de modo bem legível, em nome do CONTRATANTE, deverá constar o número do contrato do SAESA. Os pagamentos correspondentes serão efetuados através de crédito na conta bancária quando expressamente indicada pela CONTRATADA, ou por boleto bancário encaminhado. Quando o pagamento se der através do depósito na conta bancária indicada, serão deduzidos do valor devido os custos bancários incidentes.

II - a primeira via do documento fiscal do fornecedor ou do veículo;

III - os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega.

28.10. Os documentos de cobrança e demais informações necessárias à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA ao CONTRATANTE, no endereço citado no subitem 3.1 deste Edital.

O Gestor deste contrato somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas.

A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da CONTRATADA:

I - serviços executados pela CONTRATADA:

a) intermediação e supervisão de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem \_\_\_;

b) execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e III do subitem \_\_\_.

II - serviços especializados prestados por fornecedores e veiculação:

a) produção e execução técnica de peça e ou material: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem \_\_\_;

b) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem \_\_\_;

c) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem \_\_\_

d) veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 28.9, da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da indicação dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente.

As despesas com distribuição de peças e material de não mídia executada por fornecedores de serviços especializados terão o tratamento previsto na alínea 'a' do inciso II do subitem \_\_\_\_.

Na ocorrência de falha local em uma programação em mídia eletrônica, rede nacional, além das providências previstas na alínea 'd' do subitem 28.8 a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

Os preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, serão conferidos e atestados pelo Gestor, por ocasião da apresentação do Plano de Mídia pela CONTRATADA ao CONTRATANTE.

O pagamento das despesas se dará em 10 (dez) dias após a apresentação dos documentos previstos no subitem \_\_\_\_.

No tocante à veiculação, além do previsto na alínea 'd' do inciso II do subitem \_\_\_\_, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para o CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

I - Revista: 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, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos do subitem 26.7, perante o CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.

Nos casos em que restar demonstrada, nos termos do subitem 26.7. , a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar:

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

I.1) como alternativa ao procedimento previsto no inciso I, a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista no inciso I deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja

assinada e que esse documento ‘composto’ contenha todas as informações previstas no inciso I deste subitem.

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

## II - Mídia Exterior:

II.1 - Mídia Out Off Home: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos por amostragem, 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.2 - 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, 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.3 - 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;

III - Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente com o print da tela.

As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos incisos I, II e III do subitem \_\_\_ serão estabelecidas formalmente pelo CONTRATANTE, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

Os pagamentos devidos ficam condicionados à apresentação pela CONTRATADA das certidões atualizadas que comprovam a regularidade:

a) com a Seguridade Social do INSS através da Certidão Negativa ou Positiva com efeitos de Negativa de Débitos Relativos às Contribuições Previdenciárias e às de Terceiros;

b) com o FGTS - Fundo de Garantia por Tempo de Serviço, através do CRF – Certificado de Regularidade;

c) com o CNDT – Certidão Negativa de Débito Trabalhista ou da Certidão Positiva de Débitos Trabalhista Com Efeito de Negativa.

I. A não apresentação dos documentos de que trata o subitem 28.17, implicará na retenção da importância devida.

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

III. Na ocorrência de eventual atraso do pagamento pelo CONTRATANTE, o valor devido será atualizado, financeiramente, desde a data referida neste item, até a data do pagamento, com base no IPCA ou outro índice que venha substituí-lo. Calculados pro rata tempore, mediante a aplicação da seguinte fórmula:

$AF = [(1 + IPCA/100)N/30 - 1] \times VP$ , onde:

AF = atualização financeira;

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

VP = valor da etapa a ser paga, igual ao principal mais o reajuste; e

N = número de dias entre a data do adimplemento da etapa e a do efetivo pagamento.

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

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

Os pagamentos a fornecedores e veículos por serviços prestados serão efetuados pela CONTRATADA em até 15 (quinze) dias após o recebimento da ordem bancária do CONTRATANTE pela agência bancária pagadora.

A CONTRATADA informará ao CONTRATANTE os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada ordem bancária de pagamento emitida pelo CONTRATANTE e encaminhará relatório até o décimo quinto dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

Os dados e formato dos controles serão definidos pelo CONTRATANTE, e os relatórios deverão conter pelos menos as seguintes informações: data do pagamento do CONTRATANTE, data do pagamento da CONTRATADA, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

O não cumprimento do disposto nos subitens \_\_\_ e \_\_\_\_ ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da CONTRATADA, até que seja resolvida a pendência.

Para preservar o direito dos fornecedores e veículos em receber com regularidade pelos serviços prestados e pela venda de tempo e ou espaço, o CONTRATANTE poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela CONTRATADA, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos, em operações bancárias concomitantes.

Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros decorrentes da inobservância, pela CONTRATADA, de prazos de pagamento, serão de sua exclusiva responsabilidade.

O 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.

### **ANEXO III – PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO**

Concorrência nº 01/2024

Processo Administrativo nº 1356/2024

**Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os seguintes preços para os serviços descritos:**

- a) desconto, a ser concedido ao “SAESA”, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo: \_\_\_\_\_ % ( \_\_\_\_\_ por cento);
- b) honorários, a serem cobrados do “SAESA”, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: \_\_\_\_\_ % ( \_\_\_\_\_ por cento);
- c) honorários, a serem cobrados do “SAESA”, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: \_\_\_\_\_ % ( \_\_\_\_\_ por cento);
- d) honorários, a serem cobrados do “SAESA”, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione a esta licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/65: \_\_\_\_\_ % ( \_\_\_\_\_ por cento).

..... de.....de 2024

(Dados da Licitante: nome, CNPJ, endereço completo, telefone, contato)

## **ANEXO IV – MODELO DE PROCURAÇÃO**

Concorrência nº 01/2024

Processo Administrativo nº 1356/2024

### **Outorgante**

Qualificação (nome, endereço, nome empresarial, etc.)

### **Outorgado**

O representante devidamente qualificado

### **Objeto**

Representar a outorgante na Concorrência n.º \_\_\_\_/2024.

### **Poderes**

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 assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

.....de ..... de 2024

### **EMPRESA**

### **CARGO E NOME**

**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 V – MODELO DE DECLARAÇÕES**  
**(poderão ser feitas individualmente ou conforme este modelo)**

Concorrência nº 01/2024

Processo Administrativo nº 1356/2024

(Razão Social da Empresa), estabelecida na Rua \_\_\_\_\_ nº \_\_\_\_\_, bairro \_\_\_\_\_, no município de \_\_\_\_\_, Estado de \_\_\_\_\_, inscrita no CNPJ/MF sob nº \_\_\_\_\_, Inscrição Estadual nº \_\_\_\_\_, neste ato representado por seu (sócio/procurador), Senhor \_\_\_\_\_, portador da Cédula de Identidade RG nº \_\_\_\_\_, inscrito no CPF/MF sob o nº \_\_\_\_\_, no uso de suas atribuições legais, **DECLARA**, sob as penas da Lei, que:

a) não está cumprindo pena de inidoneidade com qualquer Ente da Administração Pública

b) atende aos requisitos de habilitação, e que responderá pela veracidade das informações prestadas, na forma art. 63, I da Lei 14.133/21;

c) cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas específicas, nos termos do Art. 63, IV da Lei 14.133/21;

d) 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 das propostas, nos termos do parágrafo 1º, do artigo 63 da Lei Federal nº 14.133/21

e) atende ao disposto no art. 7º, inciso XXXIII, da Constituição Federal:

Nome e Cargo do Responsável/Procurador  
Nº. do Documento de Identidade

**MODELO DE DECLARAÇÃO – Atendimento ao disposto no Art. 7º, XXXIII da  
Constituição Federal**

\_\_\_\_\_(Razão Social da Empresa)\_\_\_\_\_, estabelecida a Rua  
\_\_\_\_\_, nº\_\_\_\_\_, bairro \_\_\_\_\_, no Município de  
\_\_\_\_\_, Estado de \_\_\_\_\_, inscrita no CNPJ/MF sob nº  
\_\_\_\_\_, com Inscrição Estadual nº \_\_\_\_\_,  
neste ato representado por seu (sócio/procurador), Sr. \_\_\_\_\_,  
portador da Cédula de Identidade RG nº \_\_\_\_\_, inscrito no CPF/MF sob o nº  
\_\_\_\_\_, no uso de suas atribuições legais, para fins de  
participação na Concorrência nº \_\_/2024, Processo Administrativo nº. 1356/2024,  
DECLARA, nos termos da legislação vigente, que não emprega menor de dezoito  
anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de  
dezesesseis anos.

**Ressalva:**

Emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz ( ).

Local, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20\_\_.

Razão Social da Empresa  
Nome e Cargo do Responsável/Procurador  
Nº. do Documento de Identidade

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

## ANEXO V – MINUTA DE CONTRATO

**CONTRATO Nº ...../2024**  
**PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 1356/2024**  
**CONCORRÊNCIA Nº ...../2024**

**“CONTRATAÇÃO DE 01 (UMA) AGÊNCIA DE PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, DESTINADOS AO SAESA, QUE ENTRE SI FAZEM O SISTEMA DE ÁGUA, ESGOTO E SANEAMENTO AMBIENTAL – SAESA-SCS E A EMPRESA**

.....

Aos ..... (.....) dias do mês de ..... do ano de dois mil e vinte e quatro (2024), nesta Cidade de São Caetano do Sul, Estado de São Paulo, no edifício da sede administrativa do Sistema de Água, Esgoto e Saneamento Ambiental – SAESA-SCS, situado na Avenida Fernando Simonsen, nº 303, Bairro Cerâmica, na sala do Superintendente, perante mim, compareceram partes entre si justas e contratadas, a saber: de um lado **SISTEMA DE ÁGUA, ESGOTO E SANEAMENTO AMBIENTAL - SAESA-SCS**, inscrito no CNPJ sob o nº 59.330.936/0001-23, neste ato representado por seu Superintendente Senhor **RODRIGO GONÇALVES TOSCANO**, brasileiro, casado, Bacharel em Direito, portador da Cédula de Identidade RG nº 18.865.521-9, inscrito no CPF sob nº 107.676.558-00 e pelo Gerente da Seção de Comunicação, Senhor **JORGE ARO MARTINS JUNIOR**, brasileiro, casado, Jornalista, portador da Cédula de Identidade RG nº 22.492.300-6, inscrito no CPF sob o nº 220.992.008-66, ambos domiciliados na Avenida Fernando Simonsen, nº 303, Bairro Cerâmica, em São Caetano do Sul - SP, doravante denominado simplesmente **CONTRATANTE**, e, de outro lado, a empresa ....., inscrita no CNPJ sob o nº ....., com sede na ..... nº ....., Bairro ....., Cidade de ....., Estado de ..... neste ato representada por ....., Senhor(a) ....., portador(a) da Cédula de Identidade RG nº ....., CPF nº ....., residente e domiciliado(a) na ..... nº ....., Bairro ....., Cidade de ....., Estado de ....., doravante denominado simplesmente **CONTRATADA**. E, na presença das testemunhas adiante nomeadas pelas partes contratantes, me foi dito que haviam convencionado firmar, como firmada têm, a presente **CONTRATAÇÃO DE 01 (UMA) AGÊNCIA DE PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DESTINADOS AO SAESA**, que se regerá pelas cláusulas e condições que mutuamente aceitam e outorgam, a saber:

**CLÁUSULA PRIMEIRA:** que a CONTRATADA obriga-se por força do presente contrato a prestar os serviços de publicidade destinados ao CONTRATANTE,

com fornecimento de mão de obra, serviços e materiais, em conformidade com o Anexo II - Termo de Referência de fls....., Proposta de Preços de fls. ...., e com o Edital de Concorrência nº ...../2024 de fls....., do Processo Administrativo nº 1356/2024, que ficam fazendo parte integrante do presente contrato, para todos os fins e efeitos de direito;

**CLÁUSULA SEGUNDA:** constitui objeto do presente contrato a prestação de serviços de publicidade, compreendendo 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 intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral. **Parágrafo Único:** também integram o objeto deste contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes: a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato; b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias; c) à produção e à execução técnica das peças e ou materiais criados pela CONTRATADA;

**CLÁUSULA TERCEIRA:** a CONTRATADA atuará por ordem e conta do CONTRATANTE, 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 complementares de que trata o Parágrafo Único da Cláusula Segunda deste contrato, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias;

**CLÁUSULA QUARTA:** a CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para execução dos serviços previstos na Cláusula Segunda, do presente contrato;

**CLÁUSULA QUINTA:** que a CONTRATADA prestará os serviços especificados na Cláusula Segunda deste contrato, na forma de execução indireta, no regime de empreitada por preço unitário, conforme proposta de preços apresentada às fls. .... do Processo Administrativo nº 1356/2024, no valor estimado de R\$ ..... (.....);

**CLÁUSULA SEXTA:** que o presente contrato terá vigência de 12 (doze) meses, com a previsão decenal de sua prorrogação, nos termos do artigo 107 da Lei nº 14.133/2012 (doze) meses, contados da data do Ordem de Serviço. **Parágrafo Único:** a prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho da CONTRATADA, a ser procedida pelo CONTRATANTE, em conformidade com a Cláusula Quadragésima Sexta deste contrato;

**CLÁUSULA SÉTIMA:** que os percentuais apresentados na proposta da CONTRATADA, a incidir sobre os preços na execução dos serviços contratados, se manterão fixos e inalteráveis no período do contrato ou da sua prorrogação, na sua ocorrência. **Parágrafo Único:** No caso de prorrogação, o valor estimado inicialmente para o presente contrato, poderá ser atualizado pela variação do índice

do IGP-M da Fundação Getúlio Vargas, observados os termos do §7º do art.25 da Lei Federal nº 14.133/2021;

**CLÁUSULA OITAVA:** A remuneração à CONTRATADA, pelos serviços prestados, serão efetuados, de acordo com os preços e condições estipulados na Proposta de Preços de fls....., sendo remunerada e ressarcida da seguinte forma: **I.** Honorários de ..... % (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peças e ou material cuja distribuição não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965; **II.** Honorários de ..... % (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução deste contrato; **III.** Honorários de ..... % (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias; **IV.** .....(..... por cento) dos valores previstos na Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA. **Parágrafo Único:** as formas de remuneração estabelecidas nesta Cláusula poderão ser renegociadas no interesse do CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação do presente contrato;

**CLÁUSULA NONA:** Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA;

**CLÁUSULA DÉCIMA:** os honorários de que tratam a Cláusula Oitava, serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA;

**CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA:** a CONTRATADA não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços prestados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

**CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA:** despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse do CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pelo CONTRATANTE;

**CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA:** quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, deverão ser apresentados comprovantes de

passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução da despesa e assegurar seu pagamento pelo líquido, sem a incidência de honorários;

**CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA:** além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965 e com o art. 11, §2º do Regulamento para Execução da Lei nº 4.680, aprovado pelo Decreto nº 57.690/1966;

**CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA:** a CONTRATADA repassará à CONTRATANTE, se for o caso, parcela do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor negociado para a veiculação, observados os parâmetros estabelecidos pelo Anexo B das Normas Padrão da Atividade Publicitária;

**CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA:** para a liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pelo CONTRATANTE, a CONTRATADA deverá apresentar: **a)** a correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, de modo bem legível, em nome do CONTRATANTE, deverá constar o número do presente contrato. Os pagamentos correspondentes serão efetuados através de crédito na conta bancária quando expressamente indicada pela CONTRATADA, ou por boleto bancário encaminhado, ou ainda na Tesouraria do CONTRATANTE. Quando o pagamento se der através do depósito na conta bancária indicada, serão deduzidos do valor devido os custos bancários incidentes; **b)** a primeira via do documento fiscal do fornecedor ou do veículo; **c)** os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega;

**CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA:** os documentos de cobrança e demais informações necessários à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à CONTRATANTE, no endereço da Avenida Fernando Simonsen, nº 303, Bairro Cerâmica, neste Município;

**CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA:** o Gestor deste contrato somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas;

**CLÁUSULA DÉCIMA NONA:** a liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da CONTRATADA: **I.** Serviços executados pela CONTRATADA: **a)** intermediação e supervisão de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam as alíneas 'a', 'b' e 'c' da Cláusula Décima Sexta; **b)** execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam as alíneas 'a' e 'c' da Cláusula Décima Sexta; **II.** Serviços especializados prestados por fornecedores e veiculação: **a)** produção e execução técnica de peça e ou material: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam as alíneas 'a', 'b' e 'c' da Cláusula Décima Sexta; **b)** planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam as alíneas 'a', 'b' e 'c' da Cláusula Décima Sexta; **c)** criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das

mensagens, em consonância com novas tecnologias: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam as alíneas ‘a’, ‘b’ e ‘c’ da Cláusula Décima Sexta; d) veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam as alíneas ‘a’, ‘b’ e ‘c’ da Cláusula Décima Sexta, da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da indicação dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente;

**CLÁUSULA VIGÉSIMA:** as despesas com distribuição de peças e material de não mídia executada por fornecedores de serviços especializados terão o tratamento previsto na alínea ‘a’ do item II, da Cláusula Décima Nona e, na ocorrência de falha local em uma programação em mídia eletrônica, rede nacional, além das providências previstas na alínea ‘d’ da Cláusula Décima Nona, a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação;

**CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA:** os preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, serão conferidos e atestados pelo Gestor, por ocasião da apresentação do Plano de Mídia pela CONTRATADA ao CONTRATANTE;

**CLÁUSULA VIGÉSIMA SEGUNDA:** o pagamento das despesas se dará em 10 (dez) dias após a apresentação dos documentos previstos na Cláusula Décima Nona;

**CLÁUSULA VIGÉSIMA TERCEIRA:** no tocante à veiculação, além do previsto na alínea ‘d’, do item II, da Cláusula Décima Nona, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para o CONTRATANTE, os seguintes comprovantes: I - Revista: 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, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos do Edital de Concorrência nº ...../2024 de fls. .... do Processo Administrativo nº 1356/2024, perante o CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo;

**CLÁUSULA VIGÉSIMA QUARTA:** nos casos em que restar demonstrada, nos termos do subitem 29.15 do Edital de Concorrência nº ...../2024 de fls. .... do Processo Administrativo nº 1356/2024, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar: I - TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação; I.1. - como alternativa ao procedimento previsto no item I, desta Cláusula, a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista no item I, desta Cláusula, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento

‘composto’ contenha todas as informações previstas no item I desta Cláusula; **I.2.-** como alternativa ao conjunto de documentos previstos no item I e subitem I.1 , desta Cláusula, a CONTRATADA poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação; **II - Mídia Exterior:** **II.1 -- Mídia Out Off Home:** relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos por amostragem, 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.2 - 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, 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.3 - 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; **III. - Internet:** relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente com o print da tela;

**CLÁUSULA VIGÉSIMA QUINTA:** as formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos itens I, II e III, da Cláusula Vigésima Quarta, serão estabelecidas formalmente pelo CONTRATANTE, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia;

**CLÁUSULA VIGÉSIMA SEXTA:** os pagamentos devidos ficam condicionados à apresentação pela CONTRATADA das certidões atualizadas que comprovam a regularidade: a) com a Seguridade Social do INSS através da Certidão Negativa ou Positiva com efeitos de Negativa de Débitos Relativos às Contribuições Previdenciárias e às de Terceiros; b) com o FGTS - Fundo de Garantia por Tempo de Serviço, através do CRF – Certificado de Regularidade; c) com o CNDT – Certidão Negativa de Débito Trabalhista ou da Certidão Positiva de Débitos Trabalhista Com Efeito de Negativa. **Parágrafo Único:** A não apresentação dos documentos de que trata esta Cláusula, implicará na retenção da importância devida;

**CLÁUSULA VIGÉSIMA SÉTIMA:** caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, o CONTRATANTE, a seu juízo, poderá devolvê-la,

para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida;

**CLÁUSULA VIGÉSIMA OITAVA:** na ocorrência de eventual atraso do pagamento pelo CONTRATANTE, o valor devido será atualizado, financeiramente, desde a data referida na Cláusula Vigésima Segunda, até a data do pagamento, com base no IPCA ou outro índice que venha substituí-lo; Calculados *pro rata tempore*, mediante a aplicação da fórmula constante do subitem III do item 29.17, REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO, do Edital de Concorrência nº ...../2024 de fls. .... do Processo Administrativo nº 1356/2024;

**CLÁUSULA VIGÉSIMA NONA:** o CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato;

**CLÁUSULA TRIGÉSIMA:** o CONTRATANTE não pagará nenhum compromisso, assumido pela CONTRATADA, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros;

**CLÁUSULA TRIGÉSIMA PRIMEIRA:** os pagamentos a fornecedores e veículos por serviços prestados serão efetuados pela CONTRATADA em até 15 (quinze) dias após o recebimento da ordem bancária do CONTRATANTE pela agência bancária pagadora. **Parágrafo Primeiro:** a CONTRATADA deverá informar ao CONTRATANTE os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada ordem bancária de pagamento emitida pelo CONTRATANTE e encaminhará relatório até o décimo quinto dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior. **Parágrafo Segundo:** Os dados e formato dos controles serão definidos pelo CONTRATANTE, e os relatórios deverão conter pelo menos as seguintes informações: data do pagamento do CONTRATANTE, data do pagamento da CONTRATADA, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido;

**CLÁUSULA TRIGÉSIMA SEGUNDA:** o não cumprimento pela CONTRATADA do disposto na Cláusula anterior ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da CONTRATADA, até que seja resolvida a pendência.

**Parágrafo Único:** Para preservar o direito dos fornecedores e veículos em receber com regularidade pelos serviços prestados e pela venda de tempo e ou espaço, o CONTRATANTE poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela CONTRATADA, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos, em operações bancárias concomitantes;

**CLÁUSULA TRIGÉSIMA TERCEIRA:** os eventuais encargos financeiros, processuais e outros decorrentes da inobservância, pela CONTRATADA, de prazos de pagamento, serão de sua exclusiva responsabilidade;

**CLÁUSULA TRIGÉSIMA QUARTA:** o 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;

**CLÁUSULA TRIGÉSIMA QUINTA:** Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas no contrato firmado ou dele decorrentes: 1) Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade. 2) Executar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de serviços especializados e veículos – todos os serviços relacionados com o objeto do contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo CONTRATANTE. 3) Utilizar, na elaboração dos serviços, objeto do contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da Concorrência que deu origem ao ajuste, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à CONTRATANTE. 4) Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir à CONTRATANTE as vantagens obtidas. 5) Pertencem à CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de tempo e ou espaço publicitários diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação. O disposto neste subitem não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010. 6) Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados à CONTRATANTE: I - fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores; II - só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados junto à CONTRATANTE, aptos a fornecer à CONTRATADA serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato; III - apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados junto à CONTRATANTE que atuem no mercado do ramo da prestação de serviços/ fornecimento pretendido, em atendimento à legislação vigente; IV - exigir do fornecedor que constem da cotação dos serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações; V - a cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação; VI - juntamente com a cotação deverão ser apresentados 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. 7) Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos 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 do CONTRATANTE. 8) O CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado, sempre que julgar oportuno. 9) Se e quando julgar conveniente, o CONTRATANTE poderá: a) supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou

superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato; b) realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de serviços, independentemente de valor. 10) Submeter a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto do contrato, à prévia e expressa anuência do CONTRATANTE. 11) É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de serviços especializados de empresas em que dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o segundo grau. 12) Obter a aprovação prévia do CONTRATANTE, por escrito, para autorizar despesas com serviços especializados prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com o contrato. 13) A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta do CONTRATANTE, se previamente a identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada. 14) Apresentar à CONTRATANTE, para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010. 15) Encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo do CONTRATANTE, sem ônus para esta: a) TV e Cinema: cópias em Betacam,e/ou DVD e/ou arquivos digitais; b) Internet: cópias em CD; c) Rádio: cópias em CD, com arquivos digitais; d) Mídia impressa e material publicitário: cópias em CD, com arquivos em alta resolução, abertos e ou finalizados. 16) Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pelo CONTRATANTE. 17) O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pelo CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no subitem anterior. 18) Entregar à CONTRATANTE, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio. 19) Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões e telefonemas de serviço entre o CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos, e para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades. 20) Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA. 21) Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto do contrato, que envolvam o nome do CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização. 22) Prestar esclarecimentos à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação. 23) Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira. 24) Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação exigidas nesta Concorrência que deu origem ao ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o

art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010. 25) Cumprir todas as leis e postulados federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa. 26) Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados. 27) Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado, relativamente aos serviços que lhe forem afetos. 28) Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados. 29) Apresentar, quando solicitado pelo CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais. 30) Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante o CONTRATANTE. 31) Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do CONTRATANTE. 32) Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para o CONTRATANTE. 33) Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados e prepostos, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do contrato. 34) Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar o CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à CONTRATANTE as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento. 35) Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto do contrato firmado. 36) A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes;

**CLÁUSULA TRIGÉSIMA SEXTA:** Constituem obrigações do CONTRATANTE, além das demais previstas no contrato firmado ou dele decorrentes: 1) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA; 2) comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas úteis;

3) fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços; 4) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de serviços especializados pela CONTRATADA; 5) proporcionar condições para a boa execução dos serviços; 6) notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento do contrato; 7) notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade. 8) A juízo do CONTRATANTE, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentou na Concorrência que deu origem ao contrato, poderá ou não vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações. 9) Responsabiliza-se pelas demais obrigações constantes neste edital e seus anexos.

**CLÁUSULA TRIGÉSIMA SÉTIMA:** o CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado;

**CLÁUSULA TRIGÉSIMA OITAVA:** o CONTRATANTE nomeará um Gestor titular e um substituto para executar a fiscalização dos contratos resultantes da Concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a CONTRATADA, objetivando sua imediata correção;

**CLÁUSULA TRIGÉSIMA NONA:** a não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância do CONTRATANTE;

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

**CLÁUSULA QUADRAGÉSIMA PRIMEIRA:** a aprovação dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus contratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados;

**CLÁUSULA QUADRAGÉSIMA SEGUNDA:** a ausência de comunicação por parte do CONTRATANTE, referente a irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato;

**CLÁUSULA QUADRAGÉSIMA TERCEIRA:** a CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna do CONTRATANTE e ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados ao CONTRATANTE;

**CLÁUSULA QUADRAGÉSIMA QUARTA:** ao CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA;

**CLÁUSULA QUADRAGÉSIMA QUINTA:** o CONTRATANTE avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela CONTRATADA;

**CLÁUSULA QUADRAGÉSIMA SEXTA:** a avaliação semestral será considerada pelo CONTRATANTE para apurar a necessidade de solicitar, da CONTRATADA, correções que visem a melhorar a qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações;

**CLÁUSULA QUADRAGÉSIMA SÉTIMA:** a omissão ou tolerância das partes – em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado;

**CLÁUSULA QUADRAGÉSIMA OITAVA:** o descumprimento das obrigações assumidas pela CONTRATADA, sem justificativa aceita pelo CONTRATANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as sanções administrativas e suas consequências, na forma prevista no Item 29. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS do Edital de Concorrência nº ...../2024 de fls. .... do Processo Administrativo nº 1356/2024;

**CLÁUSULA QUADRAGÉSIMA NONA:** em caso de associação da CONTRATADA com outras empresas, de cessão ou transferência, total ou parcial, em caso de fusão, cisão ou incorporação, caberá ao CONTRATANTE decidir sobre a continuidade do presente contrato, com base na documentação comprobatória que justifique quaisquer das ocorrências;

**CLÁUSULA QUINQUAGÉSIMA:** a CONTRATADA cede à CONTRATANTE os direitos patrimoniais do autor das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste contrato.

**Parágrafo Único:** O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas no item 28. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO, do Edital de Concorrência nº ...../2024 de fls. .... do Processo Administrativo nº 1356/2024, podendo o CONTRATANTE a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, após o término de vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados e prepostos;

**CLÁUSULA QUINQUAGÉSIMA PRIMEIRA:** no interesse do CONTRATANTE, a CONTRATADA fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto no artigo 125 da Lei nº 14.133/2021;

**CLÁUSULA QUINQUAGÉSIMA SEGUNDA:** que a CONTRATADA efetuou a caução para a garantia do presente contrato, no valor de R\$ ..... (.....), equivalente a 3% (três por cento) do valor do contrato, prestada através de ....., a qual é representada pela guia de recolhimento nº ..... de fls. .... do Processo Administrativo nº 1356/2024, expedida pela Seção de Tesouraria;

**CLÁUSULA QUINQUAGÉSIMA TERCEIRA:** a garantia será liberada ou restituída após o cumprimento integral de todas as obrigações contratuais e, quando em dinheiro, será atualizada monetariamente, conforme dispõe o artigo 100 da Lei

Federal nº 14.133/2021, com base no índice do IGP-M da Fundação Getúlio Vargas ocorrida no período. **Parágrafo Primeiro:** a garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA no prazo de 30 (trinta) dias após o término do prazo de vigência do presente contrato, mediante certificação, por seu Gestor de que os serviços foram realizados a contento; **Parágrafo Segundo:** se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada ao ajuste firmado, incluída a indenização a terceiros, a CONTRATADA deverá proceder a respectiva reposição, no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação do CONTRATANTE e, nos casos em que houver prorrogação ou aditamento contratual, a garantia deverá ser renovada ou revista quanto aos valores prestados; **CLÁUSULA QUINQUAGÉSIMA QUARTA:** que as despesas decorrentes do presente contrato correrão por conta da rubrica nº ....., onerando a verba do presente exercício o valor de R\$ ..... (.....) e onerando a verba do exercício de 2025 o valor de R\$ ..... (.....);

**CLÁUSULA QUINQUAGÉSIMA QUINTA:** o CONTRATANTE se reserva o direito de a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos;

**CLÁUSULA QUINQUAGÉSIMA SEXTA:** que o presente contrato é regido pela Lei Federal nº 12.232/10, alterada pela Lei nº 14.356/22, mediante a aplicação, de forma subsidiária, da Lei Federal nº 4.680/65, regulamentada pelos Decretos nºs. 57.690/66 e 4.563/02 e de forma complementar, pela Lei Federal nº 14.133/2021 e Decreto Municipal nº 11.914/2023, bem como as regras contidas nas Normas Padrão da Atividade Publicitária, tuteladas pelo CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS PADRÃO – CENP, conjugadas pelas disposições contidas no Edital de Concorrência nº ...../2024, e demais disposições de direito público que regem a matéria;

**CLÁUSULA QUINQUAGÉSIMA SÉTIMA:** que fica eleito o Foro da Comarca de São Caetano do Sul, com renúncia expressa de qualquer outro, por mais privilegiado que seja, para dirimir qualquer dúvida ou ação decorrente do presente processo.

E, assim por estarem justas e de acordo, eu....., lavrei o presente contrato na presença das testemunhas ..... e ..... a tudo presentes para que o mesmo produza os efeitos de lei e de direito.

**RODRIGO GONÇALVES TOSCANO**  
Superintendente  
CONTRATANTE



**SISTEMA DE ÁGUA, ESGOTO E SANEAMENTO AMBIENTAL**

Avenida Fernando Simonsen, 303 – São Caetano do Sul/SP – CEP: 09540-230 –

Tel. (11) 2181-1800 – Site: [www.saesascsp.gov.br](http://www.saesascsp.gov.br)

**JORGE ARO MARTINS JUNIOR  
GERENTE DA SEÇÃO DE COMUNICAÇÃO  
CONTRATANTE**

**CONTRATADA**

**Testemunhas:**

.....

.....

## ANEXO VI – TERMO DE CIÊNCIA E NOTIFICAÇÃO

Concorrência nº 01/2024

Processo Administrativo nº 1356/2024

CONTRATANTE: \_\_\_\_\_

CONTRATADO: \_\_\_\_\_

CONTRATO Nº (DE ORIGEM): \_\_\_\_\_

OBJETO: \_\_\_\_\_

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 extraído cópias das manifestações de interesse, Despachos e Decisões, mediante regular cadastramento no Sistema de Processo Eletrônico, 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 Estado, Caderno do Poder Legislativo, parte do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, 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 dos responsáveis pela contratante e e interessados estão cadastradas no módulo eletrônico do “Cadastro Corporativo TCESP – CadTCESP”, nos termos previstos no Artigo 2º das Instruções nº01/2020, conforme “Declaração(ões) de Atualização Cadastral” anexa (s);
- 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.

**LOCAL e DATA:** \_\_\_\_\_

**AUTORIDADE MÁXIMA DO ÓRGÃO/ENTIDADE:**

Nome: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_

CPF: \_\_\_\_\_

**RESPONSÁVEIS PELA HOMOLOGAÇÃO DO CERTAME OU RATIFICAÇÃO DA DISPENSA/INEXIGIBILIDADE DE LICITAÇÃO:**

Nome: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_

CPF: \_\_\_\_\_

Assinatura: \_\_\_\_\_

**RESPONSÁVEIS QUE ASSINARAM O AJUSTE:**

**Pelo contratante:**

Nome: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_

CPF: \_\_\_\_\_

Assinatura: \_\_\_\_\_

**Pela contratada:**

Nome: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_

CPF: \_\_\_\_\_

Assinatura: \_\_\_\_\_

**ORDENADOR DE DESPESAS DA CONTRATANTE:**

Nome: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_

CPF: \_\_\_\_\_

Assinatura: \_\_\_\_\_

**GESTOR(ES) DO CONTRATO:**

Nome: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_

CPF: \_\_\_\_\_

Assinatura: \_\_\_\_\_

**DEMAIS RESPONSÁVEIS (\*):**

Tipo de ato sob sua responsabilidade: \_\_\_\_\_

Nome: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_

CPF: \_\_\_\_\_

Assinatura: \_\_\_\_\_