



CONCORRÊNCIA PRESENCIAL

EDITAL Nº 002/2025

LICITAÇÃO NÃO DIFERENCIADA

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº: 002/2025.

PROCESSO Nº: 00611/2025.

DOTAÇÃO: 02.20.02.04.131.0301.4106.3.3.90.39.00 -
Secretaria de Comunicação Social / Publicidade e Comunicação
Institucional / Fonte 91 (Tesouro – Exercício anterior).

02.20.02.04.131.0301.4106.3.3.90.39.00 - Secretaria de
Comunicação Social / Publicidade e Comunicação Institucional
/ Fonte 01 (Tesouro).

VALOR MÁXIMO ESTIMADO DA LICITAÇÃO: R\$
2.500.000,00 (dois milhões e quinhentos mil reais).

DATA DE ENCERRAMENTO DA SESSÃO: 02/07/2025 às
09:00 Horas.

PREÂMBULO

A **PREFEITURA MUNICIPAL DE AMPARO/SP**, CNPJ: 43.465.459/0001-73, torna público que se acha aberto o presente certame licitatório na modalidade de **CONCORRÊNCIA PRESENCIAL**, com o critério de julgamento **TÉCNICA E PREÇO**, com modo de disputa Fechado, para a “**Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, de interesse do Município de Amparo/SP, conforme Edital e Anexos**”, para atendimento da Secretaria Municipal de Comunicação Social.

A Concorrência será realizada em sessão pública e presencial, conforme justificativa constante no processo administrativo, sendo registrada em ata e gravada em áudio e vídeo, segundo exigência do § 2º do Art. 17 da Lei Federal nº 14.133/2021, procedendo-se à anexação dos arquivos no processo da licitação.

Os trabalhos serão conduzidos por Agente de Contratação, o qual será auxiliado pela equipe de apoio, os quais serão responsáveis pela condução do processo licitatório, além da subcomissão técnica, que será responsável pela análise e julgamento dos envelopes nº 01 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

O respectivo Edital está disponível para consulta e aquisição a partir do dia **12 de maio de 2025**, gratuitamente, através do *site* da Prefeitura de Amparo: <https://www.amparo.sp.gov.br/> ou mediante pagamento de taxa referente às cópias, que deverá ser solicitada na Central de Atendimento ao Cidadão.

Informações poderão ser obtidas pelo contato telefônico (19) 3817-9361, (19) 3817-9344 e (19) 3817-9244 ou e-mail: alcarneiro@amparo.sp.gov.br e licitacoes@amparo.sp.gov.br.

As eventuais impugnações contra este Edital deverão ser dirigidas ao (a) Agente de Contratação responsável pelo processo, protocoladas diretamente no Paço Municipal – Central de Atendimento ao Cidadão - na forma, nos prazos e com os efeitos estabelecidos em Lei.

Admite-se impugnação por intermédio de e-mail (licitacoes@amparo.sp.gov.br e alcarneiro@amparo.sp.gov.br), desde que os documentos estejam assinados digitalmente, através de certificado digital emitido por uma autoridade certificadora vinculada à ICP-Brasil ou assinatura eletrônica emitida através do Gov.br.

Os documentos digitais deverão ser produzidos ou reproduzidos no formato PDF, padrão ISO 19005-3:2012 (PDF/A - versões PDF 1.4 ou superior) e caso forem compactados serão aceitos com a extensão ".zip".

A Administração salienta que o presente certame será regido pelas seguintes leis: Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, Lei Federal nº 4.680 de 18 de junho de 1965, Lei Federal nº 14.133 de 01 de abril de 2021, Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006 e demais normas aplicáveis.

Local, data e horário para recebimento dos envelopes e realização da 1.ª sessão pública da Concorrência:

Local de entrega dos envelopes e realização da 1ª sessão pública da Concorrência: Sala de Licitação, situada na Av. Bernardino de Campos, nº 705, Centro, CEP 13900-400, Amparo/SP.

Data limite para entrega dos envelopes e realização da sessão: 02 de julho de 2025 (Art. 55, IV, da Lei n.º 14.133/2021).

Horário da sessão de recebimento e abertura dos envelopes: às 9h00min.

1. OBJETO

1.1. Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, de interesse do Município de Amparo/SP, conforme Edital e Anexos.

1.2. Compreende o objeto o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

1.3. Também integram o objeto desta licitação atividades complementares como os serviços especializados pertinentes:

a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimentos 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; e

c) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência CONTRATADA.

1.4. Além disso, demais pesquisas e outros instrumentos correlacionados terão a finalidade:

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

ii) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens: e

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

1.5. Para a prestação dos serviços será contratada 01 (uma) Agência de Propaganda, doravante denominada Agência, licitante ou CONTRATADA.

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

1.7. A Agência atuará por ordem e conta da 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 objeto deste certame e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2. CREDENCIAMENTO

2.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão de Contratação o documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade, no ato programado para a entrega dos Envelopes com as Propostas Técnica e de Preços.

2.1.1. 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 autenticada por cartório ou nos termos do Art. 12, IV, da Lei Federal nº 14.133/2021.

2.2. 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. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão de Contratação cópia autenticada do ato que estabelece

a prova de representação da empresa, em que constem os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatário, conforme documentos constantes no item 2.1.1.

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

2.4. A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura dos invólucros nº 01 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e nº 03 – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

2.5. Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, poderá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos Envelopes diretamente à Comissão de Contratação, na data, hora e local indicados no preâmbulo deste Edital.

2.6. As cópias poderão ainda ter sua autenticidade atestada por servidor público municipal, mediante a apresentação do documento original, nos termos do que dispõe a Lei Federal de nº 13.726, de 8 de outubro de 2018.

2.7. Não será permitido o credenciamento de um mesmo representante para mais de uma licitante.

2.8. Na hipótese de substituição do representante credenciado no decorrer do processo licitatório, deverá ser realizado novo credenciamento.

3. RECURSOS FINANCEIROS

3.1. A despesa, orçada em R\$ 2.500.000,00 (dois milhões e quinhentos mil reais), onerará os recursos orçamentários e financeiros reservados na ficha nº 949.

4. PARTICIPAÇÃO

4.1. Nos termos do que dispõe a Lei n.º 12.232/2010 a participação na presente licitação é exclusiva para agências de propaganda, cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965, e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, consoante disposto no art. 4º, § 1º, da Lei n.º 12.232/2010.

4.2. Não poderão participar da presente licitação:

a) As empresas interessadas que se encontrem em processo de dissolução, fusão, cisão ou incorporação.

b) Que tenha sido decretada a sua falência ou estejam em processo de liquidação ou recuperação judicial, salvo se a licitante apresentar comprovante da homologação/deferimento pelo juízo competente do plano de recuperação judicial/extrajudicial em vigor.

c) A pessoa jurídica da qual participe empregado ou servidor da Prefeitura Municipal de Amparo, seja a que título for, direta ou indiretamente.

d) que tenham sido declaradas inidôneas pela Administração Pública Federal, Estadual ou Municipal ou que estejam cumprindo suspensão temporária de participação em licitação ou impedimento de contratar com a Administração.

e) As licitantes que se apresentem constituídas na forma de empresa em consórcio.

f) Empresas estrangeiras que não estejam autorizadas a funcionar no País.

g) cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes, empregados ou responsáveis técnicos e legais, que integrem a Subcomissão Técnica que julgará as propostas técnicas no presente certame, ou que tenham qualquer vínculo profissional com a Prefeitura de Amparo/SP.

h) cujos sócios ou diretores pertençam, simultaneamente, a mais de uma empresa licitante.

4.3. A participação na presente Concorrência implica para a licitante a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos, devendo cumpri-los de modo incondicional, inclusive durante a execução do contrato; 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.

5. HABILITAÇÃO

5.1. Os documentos relativos à habilitação deverão ser apresentados no **envelope n. 05 – Documentos de Habilitação**, deverá ser entregue (devidamente lacrado) em data posterior, a ser designada pelo(a) Agente de Contratação responsável pelo certame, **apenas pelas empresas classificadas após a apuração do resultado do julgamento das propostas técnicas e das propostas de preços**, conforme art. 6.º, inciso I, da Lei Federal n.º 12.232/2010, constando as seguintes informações na sua face externa:

Concorrência Presencial N° 002/2025.

Envelope N° 5 “Documentos de Habilitação”

Razão Social:.....

CNPJ:.....

Encerramento: 02/07/2025.

Horário: 09:00 horas.

5.2. Os documentos a serem apresentados no Envelope N° 5 “Documentos de Habilitação” serão aceitos nos termos do Capítulo VI – Da Habilitação da Lei n° 14.133/2021 e na seguinte conformidade:

a) Os documentos emitidos via *Internet* são considerados originais, sendo que cópias dos mesmos sem a devida autenticação estarão condicionadas a verificação de sua validade e autenticidade junto ao *site* dos órgãos oficiais competentes.

b) As cópias não autenticadas de certidões que não possam ser verificadas junto à *Internet*, no *site* dos órgãos oficiais emissores, serão consideradas inválidas e ensejarão na inabilitação do licitante.

c) Os documentos necessários à habilitação poderão ser apresentados em original, por qualquer processo de cópia autenticada por Cartório competente. A prova de autenticidade de cópia de documento público ou particular poderá ser feita, ainda, perante agente da Administração, mediante apresentação de original ou de declaração de autenticidade por advogado, sob sua responsabilidade pessoal, nos termos do Art. 12, IV da Lei Federal n° 14.133/2021.

5.3. Se o licitante for a Matriz, todos os documentos deverão estar em nome da Matriz, e se for a Filial, todos os documentos deverão estar em nome da Filial, exceto aqueles documentos que, pela própria natureza, comprovadamente, forem emitidos somente em nome da Matriz.

5.4. Os documentos não devem apresentar rasuras ou emendas e suas páginas deverão estar rubricadas pelo licitante.

5.5. Caso esteja presente em sessão o(a) responsável credenciado(a) da empresa licitante poderá sanar documentos pendentes de assinatura, conforme poderes.

5.6. Habilitação Jurídica

5.6.1. A documentação relativa à habilitação jurídica da empresa, cujo objeto social deverá ser compatível com o objeto licitado, consistirá em:

a) Registro empresarial na Junta Comercial, no caso de empresário individual ou Empresa Individual de Responsabilidade Limitada, devendo ser apresentada a constituição da empresa e todas as suas alterações, caso não seja consolidado.

b) Certificado da Condição de Microempreendedor Individual atualizado, em se tratando de MEI.

c) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social atualizado, consolidado e registrado na Junta Comercial, em se tratando de sociedade empresária ou cooperativa, devendo o estatuto, no caso das cooperativas, estar adequado à Lei Federal nº 12.690/2012.

d) Para Sociedade por Ações: Inscrição do ato constitutivo e alterações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, em exercício, devidamente registrados.

e) Documentos de eleição ou designação dos atuais administradores, tratando-se de sociedades empresárias ou cooperativas.

f) Para Sociedade Simples: Inscrição do ato constitutivo e alterações no registro civil das pessoas jurídicas, acompanhada de prova da diretoria em exercício.

g) Ato constitutivo atualizado e registrado no Registro Civil de Pessoas Jurídicas, tratando-se de sociedade não empresária, acompanhado de prova da diretoria em exercício.

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

i) Registro perante a entidade estadual da Organização das Cooperativas Brasileiras, em se tratando de sociedade cooperativa

5.7. Regularidade Fiscal e Trabalhista

5.7.1. A empresa deverá apresentar os seguintes documentos relativos à Regularidade Fiscal e Trabalhista:

a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda (CNPJ).

b) Prova de inscrição no cadastro de contribuintes **estadual ou municipal**, relativo à sede ou domicílio do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto da licitação.

c) Certidão de Débitos Tributários **inscritos** na Dívida Ativa emitida pela Fazenda Estadual da sede ou domicílio da licitante, com prazo de validade em vigor.

d) Certificado de Regularidade de Débito para com o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), com prazo de validade em vigor.

e) Certidão de Débitos relativos aos Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida pela Secretaria da Receita Federal, com prazo de validade em vigor, conforme Portaria conjunta RFB/PGFN nº 1.751 de 02/10/2014.

e.1) O item acima deverá ser obtido no *site* da Receita Federal, através do link <https://solucoes.receita.fazenda.gov.br/Servicos/certidaointernet/PJ/EmitirPGFN>, pois desde o dia 03/11/2014 não há emissão da certidão previdenciária. A Receita Federal expede uma única certidão que abrange a regularidade das contribuições previdenciárias e de terceiros.

f) Certidão de Débitos Mobiliários expedida pela Fazenda Municipal do domicílio ou da sede da licitante, com prazo de validade em vigor.

g) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei no 5.452, de 1º de maio de 1943.

g.1) A certidão a que se refere o item anterior poderá ser obtida através do link: <http://www.tst.jus.br/certidao>.

5.7.2. As provas de regularidade deverão ser feitas por certidão Negativa ou Certidão Positiva com efeitos de Negativa.

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

5.7.4. As microempresas e empresas de pequeno porte deverão apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação de regularidade fiscal e trabalhista, mesmo que esta apresente alguma restrição, consoante dispõe o Art. 43, da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. No caso de apresentar alguma restrição, sua regularização deverá se dar no prazo de 05 (cinco) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que a(s) microempresa(s) ou a(s) empresa(s) de pequeno porte for(em) declarada(s) vencedora(s), ou seja, somente para efeito da assinatura do contrato. Fica observado que, este prazo poderá ser prorrogado por igual período em havendo motivo devidamente justificado e aceito pela Comissão Julgadora, nos termos do §1º do Art. 43, do mesmo dispositivo legal.

5.7.5. Em não havendo regularização consoante previsão do subitem 5.7.4, implicará em decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas neste Edital, sendo facultada convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação para assinatura do contrato ou revogar a licitação nos termos do Art. 43, §2º, da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006.

5.8. Qualificação Econômico-Financeira

a) Comprovante de possuir capital social mínimo ou o valor do patrimônio líquido correspondente a R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais), nos termos do art. 69, § 4º, da Lei Federal nº 14.133/2021.

b) Apresentar o Balanço Patrimonial, Demonstração de Resultado de Exercício e demais demonstrações contábeis dos 02 (dois) últimos exercícios sociais já exigíveis e apresentado na forma da Lei, que comprove a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por Balancetes ou Balanços Provisórios para empresas constituídas há mais de 01 (um) ano.

b.1) Os documentos referidos na alínea anterior limitar-se-ão ao último exercício no caso de a pessoa jurídica ter sido constituída há menos de 2 (dois) anos.

5.8.1. As empresas criadas no exercício financeiro da licitação deverão atender a todas as exigências da habilitação e ficarão autorizadas a substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura.

5.8.2. Para fins de verificação da boa situação financeira, demonstrar através de fórmulas que será feita mediante a apuração de índices contábeis de liquidez e endividamento.

1. Índice de Liquidez Geral (ILG), assim composto:

$$\text{ILG} = \frac{\text{AC} + \text{RLP}}{\text{PC} + \text{ELP}}$$

Onde:

AC é o ativo circulante;

RLP é o realizável em longo prazo;

PC é o passivo circulante;

ELP é o exigível em longo prazo.

O resultado da operação acima deverá ser igual ou superior a 1.

2. Índice de Liquidez Corrente (ILC), assim composto:

$$\text{ILC} = \frac{\text{AC}}{\text{PC}}$$

Onde:

AC é o ativo circulante;

PC é o passivo circulante.

O resultado da operação acima deverá ser igual ou superior a 1.

3. Índice de Endividamento (IE), assim composto:

$$\text{IE} = \frac{\text{PC} + \text{ELP}}{\text{AT}}$$

Onde:

PC é o passivo circulante;

ELP é o exigível em longo prazo;

AT é o ativo total.

O resultado da operação acima deverá ser igual ou menor a 0,5.

OBSERVAÇÕES:

5.8.3. Os cálculos dos índices acima referidos deverão ser apresentados pela empresa licitante juntamente com a documentação de habilitação, assinada por profissional habilitado da área contábil.

5.8.4. A comprovação da boa situação financeira da empresa, conforme dispõe o Artigo 69, § 1º da Lei Federal nº 14.133/21, poderá ser aferida com a aplicação de fórmulas indicadas. Para Tanto, índices mínimos aceitáveis deverão ser indicados pela Administração no ato convocatório.

5.8.5. Os índices estão em compatibilidade com as exigências do Tribunal de Contas do Estado.

c) Apresentar a Certidão Negativa de Falência e Concordata expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica.

5.8.6. No caso de a empresa estar sediada no Estado de São Paulo, a partir do dia 24/08/2015 está sendo disponibilizada certidão única de Distribuição Estadual abrangendo todos os Foros do Estado de São Paulo via *Internet*, através do site <http://www.tjsp.jus.br>. Conforme o Comunicado SPI nº 53/2015 do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo.

5.8.7. No caso de empresa em recuperação judicial, estas deverão apresentar a respectiva Certidão Positiva acompanhada do seu Plano de Recuperação homologado pelo juízo competente e em pleno no vigor.

5.9. Qualificação Técnica

a) Atestado(s), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, necessariamente em nome da licitante, atestando que prestou serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência em, no mínimo, 50% (cinquenta por cento) do objeto da licitação;

b) Cópia do certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei nº 12.232/2010, art. 4º e seu § 1º, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou expedida por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agência de propaganda.

5.10. Das Declarações

5.10.5. As seguintes documentações deverão ser apresentadas devidamente preenchidas e assinadas dentro do envelope Nº 5 “Documentos de Habilitação”:

a) **Anexo III** – Modelo Arquivo Declarações (Fase Habilitação).

b) **Anexo IV** – Declaração de Elaboração Independente de Proposta e Atuação Conforme ao Marco Legal Anticorrupção.

5.11. Será declarado inabilitado o licitante que não apresentar quaisquer dos documentos de habilitação acima exigidos ou os apresentar em desacordo com o estabelecido neste instrumento convocatório.

6. PROPOSTA TÉCNICA

6.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão de Contratação condicionada nos Envelopes nº 1, nº 2 e nº 3.

Envelope nº 1

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

6.1.2. Só será aceito o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada** que estiver acondicionado no Envelope padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela **CONTRATANTE**.

6.1.3. O envelope padronizado deverá ser retirado pela interessada a partir do dia **12 de maio de 2025**, de segunda a sexta-feira, exceto feriados e pontos facultativos, no horário das 8h30min às 11h00min e das 13h00min às 16h30min, junto ao balcão do Departamento de Suprimentos, situado no Paço Municipal, localizado na Avenida Bernardino de Campos, nº 705, Centro, CEP 13900-400, Amparo/SP;

6.1.4. O Envelope padronizado só será entregue à agência que o solicitar formalmente.

6.1.5. O Envelope nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica;

6.1.6. Para preservar – até a abertura do Envelope nº 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o Envelope nº 1 não poderá:

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

Envelope nº 2

6.2. No Envelope nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.

6.2.1. O Envelope nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Concorrência Presencial Nº 002/2025.

Envelope Nº 2 “Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada”.

Razão Social:.....

CNPJ:.....

Encerramento: 02/07/2025.

Horário: 09:00 horas.

6.2.2. O Envelope 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.

Envelope nº 3

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

6.3.1. O Envelope nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Concorrência Presencial Nº 002/2025.

Envelope Nº 3 “Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação”.

Razão Social:.....

CNPJ:.....

Encerramento: 02/07/2025.

Horário: 09:00 horas.

6.3.2. O Envelope 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.

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

7. PROPOSTA DE PREÇOS

7.1. A Proposta de Preços deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação acondicionada no Envelope nº 4.

Envelope nº 4

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

Concorrência Presencial Nº 002/2025.

Envelope Nº 4 “Proposta de Preços”.

Razão Social:.....

CNPJ:.....

Encerramento: 02/07/2025.

Horário: 09:00 horas.

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

7.4. O envelope Nº 4 “Proposta de Preço” deverá ser apresentado na seguinte conformidade:

a) A proposta de preço deverá ser apresentada em via única, original, de forma clara e objetiva em português, sem quaisquer emendas, rasuras, entrelinhas ou ressalvas e devidamente assinada pelo responsável.

b) Indicar a Razão Social do proponente, número da inscrição do CNPJ, endereço, número do contato telefônico e endereço de correio eletrônico (*e-mail*).

- c) Identificar o objeto desta licitação, o número do Processo e o número da Concorrência.
- d) Ter validade de, no mínimo, 90 (noventa) dias corridos, a contar da data da abertura dos envelopes.
- e) A proposta deverá apresentar os preços dos serviços, em moeda corrente nacional, incluindo todos os tributos incidentes e encargos.
- f) **Condições de pagamento:** o pagamento será realizado fora o mês de produção ou veiculação, em até 30 (trinta) dias da data de recebimento dos documentos solicitados nos itens 11.1 e 11.2 com seus subitens do Anexo I – Termo de Referência do Edital.
- g) **Vigência Contratual:** O prazo de vigência da presente contratação será de 12 (doze) meses, contados da data de recebimento da Ordem de Serviço, podendo ser prorrogado, a critério da administração, nos termos da legislação vigente.

7.5. A Proposta de Preços da licitante deverá ser:

- a) apresentada em caderno único, em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;
- b) elaborada em dois documentos distintos, descritos nos subitens 7.6 e 7.7;
- c) datada e assinada nos documentos referidos nos subitens 7.6 e 7.7, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

7.6. A licitante deverá apresentar Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, a ser elaborada apenas com as informações constantes no Anexo V do edital.

7.7. A licitante deverá elaborar Declaração na qual:

- a) estabelecerá os percentuais máximos a serem pagos pela **CONTRATANTE**:
 - a1) aos detentores de direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado;
 - a2) aos detentores dos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente ajustado.
- b) comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à **CONTRATANTE** as vantagens obtidas.
- c) informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidos.

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

7.9. Não serão aceitas propostas enviadas via fac-símile, *e-mail*, ou qualquer outra forma diferente da especificada no presente Edital, bem como propostas preenchidas a lápis.

7.10. As propostas não poderão impor condições e deverão limitar-se ao objeto desta licitação, sendo desconsideradas quaisquer alternativas de preço ou qualquer outra condição não prevista no Edital e seus anexos.

7.11. Serão corrigidos automaticamente pela Comissão Julgadora quaisquer erros de soma e/ou multiplicação, bem como as divergências que porventura ocorrerem entre o preço unitário e o total do item, prevalecendo o unitário.

7.12. A simples participação neste certame implica:

- a) A aceitação de todas as condições estabelecidas neste Edital e seus anexos.
- b) Que o preço apresentado abrange todas as despesas incidentes sobre o objeto da licitação (a exemplo de impostos, taxas, encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais), e ainda se consideram incluídas todas as despesas, transporte, e quaisquer outras despesas acessórias e necessárias não especificadas neste Edital, relativa à execução do objeto desta licitação.

8. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

Quesitos	Subquesito
I – Plano de Comunicação Publicitária	Raciocínio Básico Estratégia de Comunicação Publicitária Ideia Criativa Estratégia de Mídia e Não Mídia
II – Capacidade de Atendimento	
III – Repertório	
IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

8.3. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado da forma constante do item 4.3 e seus subitens do **Anexo I** – Termo de Referência do presente edital.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

8.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da licitante, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

Capacidade de Atendimento

8.5. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte “Arial”, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado. A Capacidade de Atendimento deverá ser apresentada conforme as especificações contidas no item 4.4.2 e seus subitens do **Anexo I** – Termo de Referência do presente edital.

Repertório

8.6. A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte “arial”, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado. O Repertório deverá ser apresentada conforme as especificações contidas no item 4.4.3 e seus subitens do **Anexo I** – Termo de Referência do presente edital.

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

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

8.8. Os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação deverão ser apresentados conforme as especificações contidas nos itens 4.4.4 e seus subitens, 4.4.5 a 4.4.9, com todos seus subitens e alíneas do **Anexo I** – Termo de Referência do presente edital.

9. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

9.1. A Subcomissão Técnica prevista na Lei Federal nº 12.232/2010 analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital e em seus anexos.

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

9.2.1. Plano de Comunicação Publicitária

9.2.2. Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:

- a) das funções e do papel da **CONTRATANTE** nos contextos social, político e econômico.
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da **CONTRATANTE** com seus públicos;
- c) das características da **CONTRATANTE** e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- e) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pela **CONTRATANTE**;

f) das necessidades de comunicação da **CONTRATANTE** para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s);

9.2.3. Estratégia de Comunicação Publicitária

a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da **CONTRATANTE** e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação;

b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;

c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da **CONTRATANTE** com seus públicos;

d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação da **CONTRATANTE**;

e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;

f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a **CONTRATANTE**, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível.

9.2.4. Ideia Criativa

a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação da **CONTRATANTE**;

b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;

c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;

d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;

f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;

g) sua pertinência às atividades da **CONTRATANTE** e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;

h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;

i) a exequibilidade das peças e ou do material;

j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

9.2.5. Estratégia de Mídia e Não Mídia

a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;

b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;

c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;

- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da **CONTRATANTE**;
- e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;
- f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

9.2.6. Capacidade de Atendimento

- a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da **CONTRATANTE**;
- d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato.
- e) a operacionalidade do relacionamento entre a **CONTRATANTE** e a licitante, esquematizado na proposta;
- f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da **CONTRATANTE**, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

9.2.7. Repertório

- a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propõe a resolver;
- b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;
- c) a clareza da exposição das informações prestadas;

9.2.8. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

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

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

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

QUESITOS/SUBQUESITOS	PONTOS
Plano de Comunicação Publicitária, sendo:	
Raciocínio Básico	10
Estratégia de Comunicação Publicitária	20
Ideia Criativa	20

QUESITOS/SUBQUESITOS	PONTOS
Estratégia de Mídia e Não Mídia, sendo:	15
Capacidade de Atendimento	15
Repertório	10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10
Pontuação máxima total	100

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

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

9.3.4. 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.

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

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

9.5. Será desclassificada a Proposta Técnica que:

- a) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) não alcançar, no total, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;
- c) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 9.2.2 a 9.2.5 e 9.2.6 a 9.2.8.

9.6. Em caso de empate, será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 9.2.1, 9.2.6, 9.2.7 e 9.2.8.

9.7. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio a ser realizado na própria sessão ou em ato público marcado pela Comissão de Contratação, cuja data será divulgada e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

10. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

10.1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas no item 7 do Edital e em seus anexos.

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

10.3. Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Proposta de Preços da licitante, considerando:

- a) desconto inferior a 30% (trinta por cento) em relação aos preços previstos na tabela referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante, referentes;
- b) percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;
- c) percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) incidente 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;
- d) percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material;
- e) percentual de remuneração superior a 20% (vinte por cento) incidente sobre veiculação de mídia digital intermediada pela licitante, que não proporcione à agência o desconto de agência concedido por veículos de divulgação.

11.3.1. Caso a licitante apresente proposta com percentuais maiores aos estabelecidos nos itens acima, e com base no disposto no artigo 59, inciso IV da Lei 14.133/21, a Administração poderá exigir que ele comprove a exequibilidade de sua proposta, sob pena de sua desclassificação.

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

10.4. A Comissão de Contratação deverá calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme as seguintes tabelas:

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

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

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

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
--------	--------------------------

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

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

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

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

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

e) Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, fixados nos limites estabelecidos nos quesitos;

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
20	60% ou acima de 60%
15	De 50% a 59%
12	De 40% a 49%
10	De 30% a 39%

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

NFPP = Nota Final da Proposta de Preço

D1 – Pontuação aplicada ao percentual sobre honorários de produção externa.

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

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

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

D5 – Pontuação aplicada ao Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo.

$$\text{NFPP} = \frac{\text{D1} + \text{D2} + \text{D3} + \text{D4} + \text{D5}}{5}$$

11. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICA E DE PREÇO

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

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

Onde:

PF = Pontuação final

NFPT = Nota final da Proposta Técnica

NFPP = Nota final da Proposta de Preço

11.2. Havendo empate, o desempate se dará através da atribuição da maior nota aos quesitos da proposta técnica, na seguinte ordem:

- a) Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b) Ideia Criativa;
- c) Raciocínio Básico;
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia.

11.3. Será assegurado, como critério de desempate, preferência de contratação para as microempresas ou empresas de pequeno porte, entendendo-se como empate aquelas situações em que o resultado, constituído pela média ponderada das pontuações das Propostas Técnica e de Preço, alcançada pelas microempresas e empresas de pequeno porte, sejam iguais à média ponderada apresentada pela licitante mais bem classificada e desde que não seja uma microempresa ou empresa de pequeno porte.

11.3.1. Ocorrendo o empate entre microempresas e empresas de pequeno porte, será realizado sorteio entre elas.

11.3.2. A microempresa ou empresa de pequeno porte que usufruir dos benefícios de que trata a Lei Complementar nº123/2006 deverá apresentar, na forma da lei, juntamente, com os documentos de habilitação, a declaração de que não se encontra em nenhuma das situações do parágrafo 4º. do artigo 3º do citado dispositivo.

11.4. Após a utilização dos critérios de desempate, persistindo o empate, a decisão se fará através de sorteio que ocorrerá em sessão pública.

11.5. Será classificada em primeiro lugar a Licitante mais bem classificada no julgamento final da média ponderada entre as Propostas Técnicas e de Preço.

11.6. Será declarada vencedora do julgamento final das Propostas a licitante que obtiver a maior nota na pontuação final (PF) e tenha sido habilitada, observadas as disposições contidas no respectivo edital de licitação.

12. COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

12.1. Esta concorrência será processada e julgada por Agente de Contratação e Equipe de Apoio, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

12.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, a ser composta nos termos de que trata o § 2º do art. 10 da Lei de nº 12.232/10.

13. DO PROCEDIMENTO LICITATÓRIO

13.1. Serão realizadas 4 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelo(a) Agente de Contratação, pelos membros da equipe de apoio e pelos representantes das licitantes presentes e gravadas em áudio e vídeo, segundo exigência do § 2º do Art. 17 da Lei Federal nº 14.133/2021, procedendo-se à anexação dos arquivos no processo da licitação.

13.2. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no item 2 do presente Edital.

13.3. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos Envelopes com as Propostas Técnica e de Preços.

13.4. O julgamento das Propostas Técnicas e de Preços e o julgamento final deste certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados neste Edital.

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

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

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

13.8. Se os envelopes das licitantes desclassificadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados do encerramento desta concorrência – após transcorrer o prazo para interposição de recurso contra o resultado final da licitação ou ter havido a sua desistência ou, ainda, terem sido julgados os recursos interpostos. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, a **CONTRATANTE** providenciará sua destruição.

PRIMEIRA SESSÃO

13.9. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no preâmbulo deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no item 2 do presente Edital;
- b) receber os Envelopes nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;
- c) conferir se esses Envelopes estão em conformidade com as disposições deste Edital.

13.9.1. O Envelope nº 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão de Contratação se apresentado o envelope padronizado fornecido pela **CONTRATANTE** e se **não**:

- a) estiver identificado;
- b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Envelope nº 2;
- c) estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Envelope nº 2.

13.10. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas no subitem anterior, a Comissão de Contratação **não** receberá o Envelope nº 1, o que também a impedirá de receber os demais Envelopes da mesma licitante.

13.11. A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

- a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Envelopes nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão de Contratação, e separá-los dos Envelopes nº 1 e nº 3;
- b) retirar o conteúdo dos Envelopes nº 1;
- c) abrir os Envelopes nº 3 e rubricar seu conteúdo;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos que constituem os Envelopes nº 1 e nº 3;
- e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão.

13.12. A Comissão de Contratação, antes do procedimento previsto na alínea ‘b’ do subitem anterior, 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. Somente o conteúdo do Envelope nº 3 poderá ser rubricado pelos presentes, o Envelope nº 1 somente será passado para verificação dos representantes das licitantes, não devendo ser rubricado.

13.13. Se, ao examinar o conteúdo dos Envelopes nº 1 e/ou examinar ou rubricar os conteúdos dos Envelopes nº 3, a Comissão de Contratação ou os representantes das licitantes constatarem

ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão de Contratação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus Envelopes até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

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

13.15. Abertos os Envelopes nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão de Contratação.

13.16. Após o exame dos envelopes nº 1 e exame e rubrica dos envelopes nº 1 e 3 pela Comissão de Contratação e pelos representantes das empresa presentes, o(a) Agente de Contratação questionará os representantes das licitantes se algum quer deixar algo formalizado na ata da sessão, constará em ata os registros solicitados e encerrará a sessão.

13.17. Após o encerramento da primeira sessão, serão adotados os seguintes procedimentos:

a) encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Envelopes nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;

b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Contratação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

d) encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Envelopes nº 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

f) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Contratação, 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 escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

13.18. As planilhas de pontuação conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesto do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

13.19. Os representantes das empresas credenciados não poderão, em hipótese nenhuma, acompanhar a análise das propostas técnicas pela Subcomissão Técnica.

SEGUNDA SESSÃO

13.20. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Envelopes nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, o(a) Agente de Contratação convocará as licitantes para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes;
- b) abrir os Envelopes nº 2, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes;
- c) cotejar as vias não identificadas (Envelope nº 1) com as vias identificadas (Envelope nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;
- f) questionar os representantes das licitantes sobre o desejo de manifestar intenção de recurso quanto ao julgamento das propostas técnicas, nos termos do art. 165, § 1º, I da Lei Federal nº 14.133/2021.

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

13.23. Caso haja manifestação de intenção de recurso quanto ao julgamento da Proposta Técnica, o(a) Agente de Contratação irá constar a manifestação de recurso em ata e suspenderá a sessão, abrindo automaticamente, a partir do próximo dia útil, 03 (três) dias úteis para apresentação de razões de recurso, passando a correr, automaticamente, no próximo dia útil, mais 03 (três) dias úteis para contrarrazões de recurso pelas demais licitantes.

13.24. Caso não haja manifestação de intenção de recurso quanto ao julgamento da Proposta Técnica, o(a) Agente de Contratação procederá a abertura dos envelopes nº 4 – Proposta de Preços das licitantes que foram classificadas no julgamento das Propostas Técnicas.

13.24.1. No caso do item anterior, o(a) Agente de Contratação irá rubricar o conteúdo dos envelopes nº 4 e passará para análise e rubrica dos envelopes pelos representantes das empresas presentes em sessão. Após, irá abrir para manifestações quanto aos envelopes nº 4, constará em ata as manifestações e encerrará a sessão para encaminhamento das Propostas de Preço para a Secretaria Municipal de Comunicação Social para análise técnica e pontuação, de acordo com os critérios estabelecidos no item 10 do presente Edital, bem como o julgamento final das propostas técnicas e de preço para aferir a pontuação total de cada licitante e verificar a que está classificada em primeiro lugar.

TERCEIRA SESSÃO

13.25. Caso tenha havido recurso, nos termos do item 13.23, e após o julgamento do(s) recurso(s) interposto(s), o(a) Agente de Contratação convocará as licitantes para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes;
- b) abrir os Envelopes nº 4, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e para análise e rubrica pelos representantes das licitantes presentes;
- c) abrir para manifestação pelos representantes das empresas presentes, constando as manifestações na ata e encerrará a sessão para encaminhamento das Propostas de Preço para a Secretaria Municipal de Comunicação Social para análise técnica e pontuação, de acordo com os critérios estabelecidos no item 10 do presente Edital, bem como o julgamento final das propostas técnicas e de preço para aferir a pontuação total de cada licitante e verificar a que está classificada

em primeiro lugar.

13.26. Caso não tenha havido recurso, nos termos do item 13.24, o(a) Agente de Contratação convocará as licitantes para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes;
- b) Informar as licitantes sobre a pontuação obtida por cada uma no envelope nº 4 – Proposta de Preço, bem como a pontuação final de cada licitante.
- c) declarar classificada em primeiro lugar no julgamento final das Propostas Técnica e de Preços a licitante que obteve a maior pontuação da média ponderada entre as Propostas Técnicas e de Preço, conforme a fórmula constante no item 11.1.;
- d) questionar os representantes das licitantes sobre o desejo de manifestar intenção de recurso quanto ao julgamento das propostas técnicas, nos termos do art. 165, § 1º, I da Lei Federal nº 14.133/2021.

13.27. Caso haja manifestação de intenção de recurso quanto ao julgamento final das Propostas Técnica e de Preços, o(a) Agente de Contratação irá constar a manifestação de recurso em ata e suspenderá a sessão, abrindo automaticamente, a partir do próximo dia útil, 03 (três) dias úteis para apresentação de razões de recurso, passando a correr, automaticamente, no próximo dia útil, mais 03 (três) dias úteis para contrarrazões de recurso pelas demais licitantes.

13.28. Caso não haja manifestação de intenção de recurso quanto ao julgamento final das Propostas Técnica e de Preços, o(a) Agente de Contratação convocará a licitante classificada em primeiro lugar a apresentar o envelope nº 5 – Documentos de Habilitação, em dia e horário a ser estabelecido na sessão.

13.28.1. É facultado aos representantes das licitantes trazerem e já apresentarem na quarta sessão o envelope nº 5 e, nesse caso, o(a) Agente de Contratação já procederá à abertura, rubrica e análise do seu conteúdo e passará para análise e rubrica pelos demais representantes das empresas presentes.

13.28.2. Considerando as exigências referentes a qualificação técnica, que devem ser analisadas pela Secretaria de Comunicação Social, o(a) Agente de Contratação abrirá para manifestação das licitantes presentes quanto ao conteúdo do envelope nº 5, constará em ata as possíveis manifestações e encerrará a sessão, encaminhando a documentação para análise técnica.

QUARTA SESSÃO

13.29. Caso tenha sido apresentado recurso nos termos do item 13.27, após ter sido julgado(s) o(s) recurso(s) interposto(s), o(a) Agente de Contratação convocará as licitantes, na forma deste Edital, para participar da quarta sessão pública, solicitando para a empresa classificada em primeiro lugar o envelope nº 5 – Documentos de Habilitação, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes;
- b) receber e abrir os Envelopes nº 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e para análise e rubrica pelos representantes das licitantes presentes;
- c) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital;
- d) Considerando as exigências referentes a qualificação técnica, que devem ser analisadas pela Secretaria de Comunicação Social, o(a) Agente de Contratação abrirá para manifestação das licitantes presentes quanto ao conteúdo do envelope nº 5, constará em ata as possíveis

manifestações e encerrará a sessão, encaminhando a documentação para análise técnica.

e) Nesse caso, o(a) Agente de Contratação, após a análise da documentação de habilitação, convocará nova sessão para informar sobre a habilitação da licitante e declarar vencedora do certame, abrindo para manifestação de recurso.

13.30. No caso dos itens 13.28.1 e 13.28.2, o(a) Agente de Contratação convocará as licitantes, na forma deste Edital, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes;

b) Informar sobre a habilitação da licitante e, caso tenha sido habilitada, declarar vencedora do certame.

c) questionar os representantes das licitantes sobre o desejo de manifestar intenção de recurso quanto ao julgamento da documentação de habilitação, nos termos do art. 165, § 1º, I da Lei Federal nº 14.133/2021.

13.31. Caso haja manifestação de intenção de recurso quanto ao julgamento da documentação de habilitação, o(a) Agente de Contratação irá constar a manifestação de recurso em ata e suspenderá a sessão, abrindo automaticamente, a partir do próximo dia útil, 03 (três) dias úteis para apresentação de razões de recurso, passando a correr, automaticamente, no próximo dia útil, mais 03 (três) dias úteis para contrarrazões de recurso pelas demais licitantes.

13.32. Caso não haja manifestação de intenção de recurso quanto ao julgamento da documentação de habilitação, o(a) Agente de Contratação encerrará a sessão e encaminhará o processo licitatório para a Autoridade Competente para adjudicação e homologação da licitação.

14. IMPUGNAÇÃO E RECURSOS ADMINISTRATIVOS

14.1. Qualquer pessoa é parte legítima para impugnar o edital de licitação por irregularidade na aplicação da Lei ou para solicitar esclarecimento sobre os seus termos, devendo protocolar o pedido até **3 (três) dias úteis** antes da data de abertura do certame.

14.2. As impugnações contra este Edital deverão ser dirigidas ao(a) Agente de Contratação.

14.3. As impugnações serão decididas pelo(a) Agente de Contratação até 01 (um) dia útil antes da data fixada para abertura dos envelopes.

14.4. Os recursos deverão ser dirigidos ao(à) Agente de Contratação na forma, nos prazos e com os efeitos estabelecidos em Lei, sendo aceitos somente caso a empresa manifeste intenção de interpor recurso em sessão, conforme disposto na Lei Federal nº 14.133/2021.

14.5. As impugnações e/ou recursos, deverão ser interpostos preferencialmente através de protocolo impetrado na Central de Atendimento ao Cidadão, localizada na Prefeitura Municipal de Amparo, situada a Avenida Bernardino de Campos, nº 705, Centro, CEP 13.900-400, Amparo/SP.

14.6. Serão admitidos impugnações e/ou recursos por intermédio de e-mail (licitacoes@amparo.sp.gov.br e alcarneiro@amparo.sp.gov.br), desde que os documentos estejam assinados digitalmente, através de certificado digital emitido por uma autoridade certificadora vinculada à ICP-Brasil ou mediante assinatura digital emitida pelo Gov.br.

14.7. Os documentos digitais deverão ser produzidos ou reproduzidos no formato PDF, padrão ISO 19005-3:2012 (PDF/A - versões PDF 1.4 ou superior) e caso forem compactados serão aceitos com a extensão ".zip".

14.8. As impugnações e/ou recursos interpostos intempestivamente não serão conhecidos.

14.9. Não serão aceitos impugnações e/ou recursos por via postal.

15. DA CONTRATAÇÃO

15.1. A vencedora deverá assinar o instrumento contratual em até 05 (cinco) dias consecutivos a partir do comunicado expedido pela Administração, a qual irá enviar o contrato através de e-mail para assinatura pelo representante legal da empresa.

15.2. Vigência contratual: O prazo de vigência da presente contratação será de 12 (doze) meses, contados da data de recebimento da Ordem de Serviço, podendo ser prorrogado, a critério da administração, nos termos da legislação vigente.

15.3. Caso a proponente vencedora ao ser notificada para assinar o contrato, não o faça no prazo determinado no subitem 15.1, ou não solicite com justificativa a dilação do prazo que seja aceito pela Administração, decairá o direito de celebrar o ajuste sem prejuízo das sanções estabelecidas nesta licitação.

15.4. Será facultado à Administração, quando o convocado não assinar o termo de contrato ou não aceitar ou não retirar o instrumento equivalente no prazo e nas condições estabelecidas, convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para apresentar os documentos de habilitação nos termos definidos neste edital.

15.5. A empresa contratada deverá ter escritório próprio em Amparo e tributar no município.

15.6. Caso a CONTRATADA não tenha sede no município de Amparo, deverá abrir escritório próprio no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato.

16. DA GARANTIA CONTRATUAL

16.1. A contratada deverá apresentar garantia contratual no valor correspondente a R\$ 25.000,00 (vinte e cinco mil reais), conforme previsto no art. 96, caput, da Lei nº 14.133/2021.

16.2. A garantia de participação poderá ser apresentada em uma das seguintes modalidades, conforme o § 1º o art. 96 da Lei nº 14.133/2021:

a) Caução em dinheiro ou em títulos da dívida pública emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, e avaliados por seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Economia;

b) Seguro-garantia;

c) Fiança bancária emitida por banco ou instituição financeira devidamente autorizada a operar no País pelo Banco Central do Brasil;

d) Título de capitalização custeado por pagamento único, com resgate pelo valor total.

17. PRAZO E LOCAL

17.1. Prazo de execução dos Serviços: todos os serviços relativos ao objeto do presente certame deverão ser iniciados em até 05 (cinco) dias após a emissão da respectiva Ordem de Serviço.

17.2. Local de execução: os serviços serão executados em todo o Município de Amparo/SP, em locais a serem previamente fornecidos pela Secretaria Municipal de Comunicação Social ou nas dependências da empresa, para o caso de criação de conteúdo.

18. DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO E REAJUSTE.

18.1. Condições de pagamento: o pagamento será realizado fora o mês de produção ou veiculação, em até 30 (trinta) dias da data de recebimento dos documentos solicitados nos itens 11.1 e 11.2 com seus subitens do Anexo I – Termo de Referência do Edital.

18.2. Os pagamentos serão *on-line* e deverá o vencedor informar em sua Nota Fiscal o número do banco, número da agência e o número da conta corrente para o respectivo depósito (preferencialmente informar contas dos bancos Banco do Brasil ou Caixa Econômica Federal). O número de conta corrente, agência e banco poderá ser informada através do *e-mail* tesouraria@amparo.sp.gov.br com as informações completas do fornecedor.

18.3. O preço contratado não sofrerá reajuste.

18.4. As Notas Fiscais Eletrônicas deverão ser enviadas, como arquivo com extensão XML, para o *e-mail* comunicacao@amparo.sp.gov.br

18.5. Considerando o disposto na Instrução Normativa RFB nº 1.234/2012, alterada pela Instrução Normativa RFB nº 2.145/2023, publicada em 27 de junho de 2023, e ainda o Decreto Municipal nº 6.788 de 14 de setembro de 2023, todos os pagamentos à pessoa física ou jurídica pelo fornecimento de bens ou prestação de serviços em geral, inclusive obras de engenharia, ficam obrigados a, quando sujeitos a retenção, destacar a retenção do imposto de renda no corpo do documento fiscal, observando os percentuais estabelecidos no Anexo I da IN 1.234/2012 (art. 3º-A, IN 1.234/2012). Quando não houver incidência de retenção do IR na fonte, conforme elencados no artigo 4º da Instrução Normativa RFB nº 1.234/2012, deverão apresentar, juntamente ao documento fiscal, declaração conforme anexos II, III e IV da referida instrução.

18.6. O fornecedor/prestador de serviços que emitir documento fiscal sem observar o disposto acima, será notificado para correção das informações no documento, em um prazo de 03 (três) dias úteis.

18.7. O prazo para pagamento da Nota Fiscal será contado a partir do recebimento do documento devidamente corrigido, ou acompanhado da declaração de não incidência, quando for o caso.

18.8. Pessoas jurídicas optantes pelo Simples Nacional/MEI, não estão sujeitas à retenção de imposto de renda.

18.9. Caso ocorra a necessidade de providências complementares por parte da contratada, a fluência do prazo de pagamento será interrompida, reiniciando-se a contagem a partir da data em que forem cumpridas.

18.10. Os preços inicialmente contratados são fixos e irrevogáveis pelo período de 12 (doze) meses.

18.11. Ocorrendo atraso no pagamento por culpa do Município de Amparo, o valor devido será atualizado pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor – INPC, divulgado pelo Instituto Brasileiro de Geografia – IBGE, ou outro índice que vier a substituí-lo.

18.12. Na hipótese de prorrogação de vigência do contrato, a partir de 12 (doze) meses de vigência, os preços poderão sofrer reajustes, qual terão como parâmetro para atualização monetária, desde que solicitado pelo **CONTRATADO** e aceito pela **CONTRATANTE**, aplicando-se a tabela vigente do SINAPRO – Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo.

19. SANÇÕES

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

19.1.1. Deixar de entregar a documentação exigida para o certame ou não entregar qualquer documento que tenha sido solicitado pelo/a agente de contratação/a durante o certame;

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

19.1.2.1. recusar-se, sem justificativa, a assinar o contrato, ou a aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração;

19.1.3. Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação;

19.1.4. Fraudar a licitação;

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

19.1.5.1. agir em conluio ou em desconformidade com a lei;

19.1.5.2. induzir deliberadamente a erro no julgamento;

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

19.1.7. praticar ato lesivo previsto no [art. 5º da Lei n.º 12.846, de 2013](#).

19.2. 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:

19.2.1. advertência;

19.2.2. multa;

19.2.3. impedimento de licitar e contratar e;

19.2.4. 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.

19.3. Na aplicação das sanções serão considerados os elementos previstos no art. 156, § 1º, da Lei 14.133/2021.

19.4. As sanções de advertência, impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade, bem como a sanção de multa aplicada em percentual de 0,5% a 30% incidente sobre o valor da proposta, respeitarão o devido processo legal, obedecerão ao prazo de defesa previsto nos arts. 156 e seguintes, da Lei Federal nº 14.133/2021.

19.5. A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato, ou em aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração, caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida.

20. DA RESCISÃO

20.1. Sem prejuízo da faculdade assegurada, a Prefeitura poderá declarar rescindido administrativamente o presente ajuste, por ato unilateral e escrito da Prefeitura, independentemente de interpelação judicial, extrajudicial ou qualquer indenização, nos seguintes casos:

a) O não cumprimento de cláusulas deste edital e do contrato, especificações ou prazos.

- b) O cumprimento irregular de cláusulas deste edital e do contrato, especificações e prazos.
- c) O atraso injustificado no início dos serviços.
- d) A decretação de falência ou a instauração de insolvência civil.
- e) A dissolução da sociedade ou o falecimento do contratado.
- f) A alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da empresa que prejudique a execução do objeto.
- g) Razões de interesse público, de alta relevância e amplo conhecimento, justificados e determinados pela máxima autoridade, e exaradas no processo administrativo a que se refere o objeto.
- h) Ocorrência de caso fortuito ou de força maior, regularmente comprovada, impeditiva da execução do objeto.

21. DISPOSIÇÕES GERAIS

21.1. Durante a vigência do contrato a empresa **CONTRATADA** deverá manter, em compatibilidade com as obrigações por ela assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas neste Edital.

21.2. A Prefeitura Municipal de Amparo, responsável pelo certame, reserva-se o direito de:

- a) Revogá-la, no todo ou em parte, sempre que forem verificadas razões de interesse público decorrente de fato superveniente, ou anular o procedimento, quando constatada ilegalidade no seu processamento.
- b) Alterar as condições deste Edital, reabrindo o prazo para apresentação dos envelopes, na forma da legislação, salvo quando a alteração não afetar a formulação das ofertas.
- c) Adiar o recebimento dos envelopes, divulgando, mediante aviso público e justificado, a nova data.

21.3. A Comissão de Contratação e/ou a autoridade superior poderá, em qualquer fase da licitação, promover as diligências que considerar necessárias, para esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório.

21.4. A **CONTRATANTE** exercerá fiscalização da execução do objeto desta licitação, através de servidores designados, fiscalização essa que, em nenhuma hipótese, eximirá, nem reduzirá as responsabilidades da **CONTRATADA**, mediante termo circunstanciado, observando o objeto contratado.

21.5. Eventuais danos, diretos ou indiretos, decorrentes da execução do objeto desta licitação, serão de responsabilidade exclusiva da **CONTRATADA**.

21.6. Ao participar do presente certame, a licitante concorda com todos os termos do presente edital, bem como as obrigações do regulamento administrativo previsto pela Contratante, além das penalidades pertinentes às Leis específicas à matéria Lei nº 14.133/2021 e suas atualizações, que fazem parte integrante do presente edital, não sendo aceitos questionamentos posteriores ao da abertura do certame quanto ao Edital e Contrato a ser enviado para a vencedora do certame, cuja minuta integra o presente Edital.

21.7. São vedadas as subcontratações do contrato a terceiros, no todo ou em parte.

22. DISPOSIÇÕES FINAIS

22.1. São partes integrantes e indissociáveis deste Edital:

- Anexo I – Termo de Referência.
- Anexo II – Termo de Credenciamento.
- Anexo III – Modelo Arquivo Declarações (Fase Habilitação).
- Anexo IV – Declaração de Elaboração Independente de Proposta e Atuação Conforme ao Marco Legal Anticorrupção.
- Anexo V - Planilha de Preços Sujeitos a Valoração.
- Anexo VI –Minuta de Contrato.
- Anexo VII – Link de acesso às Normas Padrão de Atividade Publicitária – CENP.
- Anexo VIII –Briefing.
- Anexo IX – Condições de Participação e Qualificação do Licitante.

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

22.3. Os casos omissos, não previstos no presente Edital, serão solucionados pelo(a) Agente de Contratação, ouvidos os órgãos técnicos e jurídicos da Prefeitura.

22.4. Para dirimir quaisquer questões decorrentes desta licitação, não resolvidas na esfera administrativa, será competente o foro da Comarca de Amparo.

Amparo, 09 de maio de 2025.

Regina Célia Aparecido Doné
Secretária Municipal de Justiça

ANEXO I

TERMO DE REFERÊNCIA

1. OBJETO

1.1. Constitui objeto da licitação a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, de interesse do Município, cujo objeto inclui o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral;

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

a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimentos 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; e

c) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência **CONTRATADA**.

1.3. Além disso, demais pesquisas e outros instrumentos correlacionados terão a finalidade:

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

ii) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens; e

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

2. JUSTIFICATIVA

2.1. A Secretaria Municipal de Comunicação Social da Prefeitura Municipal de Amparo tem por finalidade assessorar o Chefe do Executivo nas áreas de comunicação social, promover a divulgação das ações do Governo municipal e dos seus órgãos, disseminar informações de interesse público, coordenar e acompanhar a criação e veiculação da publicidade institucional relativa a planos, programas, projetos e ações, estabelecendo políticas e diretrizes, objetivando a manutenção de um fluxo permanente de informação à sociedade;

2.2. Neste sentido, o Governo Municipal tem mantido seu compromisso com a mudança e a construção de uma sociedade com mais justiça social e igualdade, baseado no diálogo permanente com a sociedade do município, no respeito às pessoas e, sobretudo, construindo projetos de governo e políticas públicas que tem a população de Amparo como sua prioridade máxima;

2.3. As ações do município têm sido orientadas em quatro eixos estruturantes, intersetoriais e transversais, sem prejuízo de novas demandas que possam ir surgindo ao longo da gestão; Esses eixos estão integrados entre si e são na sua essência, indivisíveis e, portanto, transversais aos demais. São eles:

- a) enfrentar as diferenças sociais com um conjunto de políticas, programas, projetos e ações, direcionados à garantia do efetivo exercício de cidadania da população e continuar construindo oportunidades que garantam o usufruto dos direitos sociais, políticos e culturais para todos.;
- b) cuidar bem do dinheiro público e modernização da gestão pública que traduz o compromisso de uma gestão pautada pela correta aplicação dos recursos públicos, assegurando a cobertura das políticas com as oportunidades de emprego, trabalho, renda e cidadania, possibilitando ainda a modernização contínua da administração pública;
- c) promover o desenvolvimento para todos que reflete a luta permanente e persistente para construir oportunidades de maior acesso da população aos benefícios decorrentes do desenvolvimento sustentável, focado nas pessoas e suas demandas econômicas, sociais, culturais e ambientais e na valorização da cultura e das identidades da população;
- d) ampliar a infraestrutura e logística com desenvolvimento para todos com o objetivo de reestruturar as ações dessa área visando acessibilidade e utilização democrática dos espaços públicos, na perspectiva de garantir mobilidade das pessoas e bens no território do município e indicar novas possibilidades de qualificar a experiência cotidiana do cidadão.

2.4. Entende-se, assim que o jeito correto de governar também exige uma forma correta de se comunicar com a sociedade, construindo canais de comunicação eficazes para levar a todos os moradores do município conhecimento sobre os atos administrativos e de gestão do Governo Municipal, mas também ouvir permanentemente os anseios da população;

2.5. A sociedade da informação que estamos vivenciando, se caracteriza pela necessidade de respostas rápidas e por uma cultura acentuadamente voltada aos relacionamentos internos e externos, com transformações que se localizam principalmente nas formas e no tempo de distribuição de informação, resultado de inovações tecnológicas e da importância ofertada ao desenvolvimento social;

2.6. O ambiente da comunicação também mudou, com a inclusão das novas tecnologias que, de um lado, oferecem mais recursos e, de outro, aceleram os processos e alteram uma cultura bastante tradicional de relacionamento entre as comunidades internas e externa das organizações. Assim, temos notícias via satélite e por redes de crescente autonomia comunicacional do cidadão, a diminuição da prestação de serviços públicos presenciais, o crescente envolvimento da mídia com o mercado, enfim tudo parece indicar que existe uma grande transformação da cultura de comunicação na sociedade contemporânea;

2.7. Observa-se, portanto, que a comunicação governamental visando a prestação de contas, o estímulo para o engajamento da população nas políticas adotadas e o reconhecimento das ações promovidas nos campos político, econômico e social é de vital importância para o atingimento das metas estabelecidas.

3. CONTRATAÇÃO DOS SERVIÇOS E SEU FUNDAMENTO

3.1. A contratação de serviços publicitários pela Administração Pública deverá ser precedida de correspondente processo licitatório, sob pena de incorrerem as autoridades responsáveis, em infrações legais, inclusive decorrentes da prática de atos de improbidade administrativa, além de outros;

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

3.3. Os serviços objeto da presente Licitação serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei 4.680/65 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei n. 12.232/2010.

4. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

QUESITOS	SUBQUESITOS
Plano de Comunicação Publicitária	Raciocínio Básico
	Estratégia de Comunicação Publicitária
	Ideia Criativa
	Estratégia de Mídia e não mídia
Capacidade de Atendimento	
Repertório	
Relatos de Soluções de problemas de comunicação	

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

4.3. Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

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

- a) em papel tipo sulfite, A4 – com até 90 g/m² branco;
- b) caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda, capa e contracapa em papel sulfite branco, formato A4, branco e com até 90 g/ m²;
- c) espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- d) títulos, entre títulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- e) espaçamento “simples” entre linhas e opcionalmente duplo entre parágrafos, títulos e subtítulos;
- f) alinhamento justificado do texto;

- g) texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, cor “automático”, corpo 12 (doze);
- h) numeração em todas as páginas, em fonte Arial 12, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, canto inferior direito;

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

4.3.3. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só e de forma inequívoca, possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro n. 2;

4.3.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser elaborado com base no Apêndice Briefing, parte deste Termo de Referência/Projeto Básico, observadas as seguintes disposições:

4.3.5. Raciocínio Básico:

4.3.6. A apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Município de Amparo para enfrentar os desafios ou os problemas gerais e ou específico, de comunicação, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre os desafios ou os problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados;

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

- a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;
- b) explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar;

4.3.8. Ideia Criativa:

4.3.9. A apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

- a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no Edital, com comentários sobre cada peça e ou material;
- b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar 05 (cinco) peças como exemplos para corporificar objetivamente sua proposta de solução dos desafios ou problemas, gerais e ou específicos, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

4.3.10. Estratégia de Mídia e Não Mídia, constituída de:

- a) apresentação em que a licitante explicitará a justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e

em função da verba referencial indicada no Briefing sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

b) simulação de plano de distribuição em que a licitante indicará todas as peças e ou material destinados à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas, cujo valor estimado da campanha integral simulada será de R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais).

4.3.11. Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

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

4.3.9.1. Nessa simulação:

- a) Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de Licitação;
- b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei 4.680/65;
- c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

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

4.4. Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

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

- a) ter a identificação da licitante;
- b) ser datado;
- c) 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.

4.4.2. Capacidade de Atendimento:

4.4.2.1. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a capacidade de atendimento em cadernos específicos, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte arial, tamanho 12 pontos, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página

interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado;

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

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

4.4.2.4. A capacidade de atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará:

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

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

4.4.2.6. As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato; a sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

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

4.4.3. Repertório:

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

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

4.4.3.3. Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório;

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

4.4.3.5. A licitante deverá apresentar 05 (cinco) peças ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição;

4.4.3.6. As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 01.01.2019;

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

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

4.4.3.9. As peças e ou material não podem se referir a trabalhos solicitados e ou aprovados pelo Município de Amparo.

4.4.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:

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

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

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

4.4.5. O Relato:

- a) será elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
- b) deverá ter nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
- c) não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas e ou aprovadas pelo Município de Amparo;
- d) deverá estar formalmente referendado pelo cliente.

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

4.4.7. As propostas devem ter sido implementadas a partir de 01.01.2019. É permitida a inclusão de até 05 (cinco) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato.

4.4.8. Se incluídas:

- a) as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em CD, DVD ou PEN DRIVE, podendo integrar o caderno específico previsto no Edital ou ser apresentadas soltas;
- b) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no Edital, em papel A4 ou A3 dobrado ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

c) para cada peça e ou material deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram resolver;

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

5. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

5.1. A Subcomissão Técnica prevista no Edital analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital e em seus anexos;

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

Plano de Comunicação Publicitária

5.3. Raciocínio Básico – A acuidade de compreensão:

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

5.4. Estratégia de Comunicação Publicitária:

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

5.5. Ideia Criativa:

- a) sua adequação aos desafios ou problemas geral e ou específico, de comunicação da Prefeitura do Município de Amparo;

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

5.6. Estratégia de Mídia e Não Mídia:

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

5.7. Capacidade de Atendimento:

- a) o porte e a tradição dos clientes atuais das licitantes e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Prefeitura do Município de Amparo;
- c) a adequação das instalações da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- d) a operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura de Amparo e a licitante, esquematizado na proposta;
- e) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente
- f) a disposição da prefeitura do Município de Amparo, sem ônus adicional durante a vigência do contrato.

5.8. Repertório:

- a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propõe a resolver;
- b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;
- c) a clareza da exposição das informações prestadas;

5.9. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:

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

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

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

QUESITOS/SUBQUESITOS	PONTOS
Plano de Comunicação Publicitária, sendo:	
Raciocínio Básico	10
Estratégia de Comunicação Publicitária	20
Ideia Criativa	20

QUESITOS/SUBQUESITOS	PONTOS
Estratégia de Mídia e Não Mídia, sendo:	15
Capacidade de Atendimento	15
Repertório	10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10
Pontuação máxima total	100

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

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

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

6. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

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

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

6.3. Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Proposta de Preços da licitante, considerando:

- a) desconto inferior a 30% (trinta por cento) em relação aos preços previstos na tabela referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante, referentes;
- b) percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;
- c) percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) incidente 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;
- d) percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material;
- e) percentual de remuneração superior a 20% (vinte por cento) incidente sobre veiculação de mídia digital intermediada pela licitante, que não proporcione à agência o desconto de agência concedido por veículos de divulgação.

6.3.1. Caso a licitante apresente proposta com percentuais maiores aos estabelecidos nos itens acima, e com base no disposto no artigo 59, inciso IV da Lei 14.133/21, a Administração poderá exigir que ele comprove a exequibilidade de sua proposta, sob pena de sua desclassificação;

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

7. DO VALOR, PRAZO, VIGÊNCIA E DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

7.1. Para a prestação dos serviços será contratada 01 (uma) agência, doravante denominada agência licitante ou contratada, cujo crédito orçamentário para a execução dos serviços durante prazo contratual no valor estimado de R\$2.500.000,00 (dois milhões e quinhentos mil reais) e correrá por conta da dotação: Ficha 949.

7.2. O prazo de vigência da presente contratação será de 12 (doze) meses, contados da data de recebimento da Ordem de Serviço, podendo ser prorrogado, a critério da administração, nos termos da legislação vigente.

8. DA CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS

8.1. As propostas das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Termo de Referência e seus anexos;

8.2. Será desclassificada a Proposta de Preço que apresentar preços baseados em outra proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços;

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

- a) honorários sobre serviços externos de produção intermediados pela agência;
- b) honorários sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento como a intermediação e supervisão da agência;
- c) Honorários sobre formas inovadoras de comunicação publicitária com a intermediação e supervisão da agência;
- d) Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO, a ser concedido pela agência à PM;

8.4. A proposta também deve consignar, sem estar sujeita à pontuação, os percentuais máximos a serem pagos pela Prefeitura;

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

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

8.7. A proposta de política de preços deverá levar em consideração que a Prefeitura efetuará o pagamento no prazo de 30 dias a contar do recebimento da nota fiscal.

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

8.9. A pontuação se dará da seguinte forma:

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

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

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

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

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

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

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

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

- e) Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo;

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
20	60% ou acima de 60%
15	De 50% a 59%
12	De 40% a 49%
10	De 30% a 39%

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

NFPP = Nota Final da Proposta de Preço

D1 – Pontuação aplicada ao percentual sobre honorários de produção externa.

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

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

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

D5 – Pontuação aplicada ao Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo.

$$\text{NFPP} = \frac{\text{D1} + \text{D2} + \text{D3} + \text{D4} + \text{D5}}{5}$$

5

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

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

Onde:

PF = Pontuação final

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica

NFPP = Pontuação relativa à proposta de preço

8.12. Havendo empate, o desempate se dará através da atribuição da maior nota aos quesitos da proposta técnica, na seguinte ordem:

- a) Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b) Ideia Criativa;
- c) Raciocínio Básico;
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia.

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

8.14. Será classificada em primeiro lugar a Licitante mais bem classificada no julgamento final da média ponderada entre as Propostas Técnicas e de Preço.

8.15. Será assegurado, como critério de desempate, preferência de contratação para as empresas de pequeno porte, entendendo-se como empate aquelas situações em que o resultado, constituído pela média ponderada das pontuações das Propostas Técnica e de Preço, alcançada pelas microempresas e empresas de pequeno porte, sejam iguais à média ponderada apresentada pela licitante mais bem classificada e desde que não seja uma microempresa ou empresa de pequeno porte.

8.16. Ocorrendo o empate entre microempresas e empresas de pequeno porte, será realizado sorteio entre elas.

8.17. A empresa de pequeno porte que usufruir dos benefícios de que trata a Lei Complementar nº123/2006 deverá apresentar, na forma da lei, juntamente, com os documentos de habilitação, a declaração de que não se encontra em nenhuma das situações do parágrafo 4º. do artigo 3º do citado dispositivo.

9. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

9.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste Termo de Referência ou dele decorrentes:

9.1.1. Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

9.1.2. A empresa vencedora do certame deverá ter escritório próprio em Amparo e tributar no município.

9.1.2.1. Caso a CONTRATADA não tenha sede no município de Amparo, deverá abrir escritório próprio no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato.

9.1.2.2. A manutenção do escritório em Amparo se justifica pela necessidade de contar com uma equipe publicitária local, responsável por dar suporte à produção de vídeos institucionais, desenvolvimento de materiais gráficos e demais demandas de comunicação, garantindo agilidade, alinhamento estratégico e qualidade na entrega dos conteúdos.

9.1.2.3. Executar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de bens e serviços especializados e de veículos de divulgação – todos os serviços

relacionados com o objeto deste Termo de Referência, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE.

9.1.3. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e serviços especializados e a veículos de divulgação e transferir à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas.

9.1.3.1. Pertencem à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

9.1.3.1.1. O disposto no subitem 9.1.3.1. não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à CONTRATADA, nos termos do art. 18 da Lei nº12.232/2010.

9.1.4. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à CONTRATANTE, caso esta venha saldar compromisso antes do prazo estipulado.

9.1.4.1. A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

9.1.4.1.1. O desrespeito ao disposto no subitem 9.1.4.1 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções prevista na legislação vigente.

9.1.5. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 9.1.2.2 e 9.1.3, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

9.1.6. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens e de serviços especializados à CONTRATANTE:

- I – fazer cotações prévias de preços para todos os bens e serviços especializados a serem prestados por fornecedores;
- II – só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores aptos a fornecer à CONTRATADA bens e serviços especializados, relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;
- III – apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre fornecedores de bens e de serviços especializados que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;
- IV – exigir dos fornecedores que constem da cotação de bens e de serviços especializados, o detalhamento das especificações que compõem seus preços unitários e total;
- V – A cotação deverá ser apresentada em via original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome empresarial 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 - CNPJ ou no CPF e no cadastro dos 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;

VII – para cada orçamento encaminhado, deve ser observada a presença da seguinte declaração, assinada por funcionário da CONTRATADA responsável pela documentação:

“Atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica aprovada e as exigências contratuais.”

9.1.6.1. Quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor superior a 0,5 (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a CONTRATADA coletará orçamentos dos fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob a fiscalização da CONTRATANTE.

9.1.6.2. A CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e dos serviços especializados e coletados em relação aos do mercado, podendo, para isso, realizar cotação de preços diretamente junto a outros fornecedores.

9.1.6.3. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da CONTRATANTE.

9.1.6.4. A CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e dos serviços especializados cotados em relação aos do mercado, podendo, para isso, realizar cotação de preços diretamente junto a outros fornecedores.

9.1.6.5. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da CONTRATANTE.

9.1.6.6. Se e quando julgar conveniente, a CONTRATANTE poderá supervisionar o processo de seleção dos fornecedores, realizado pela CONTRATADA, quando o fornecimento de bens ou serviços especializados tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato.

9.1.6.7. A CONTRATADA está ciente de que deverá incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 da Lei nº12.288/2010.

9.1.6.8. Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de bens e de serviços especializados, acerca das condições estabelecidas na Cláusula 9.1.6.7 para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

9.1.6.8.1. As disposições dos subitens 9.1.6.7 e 9.1.6.8 não se aplicam à compra de mídia.

9.1.7. Submeter a contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução do objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE.

9.1.7.1. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que:

I – Um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação;

II – Algum dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou parentesco até o terceiro grau.

9.1.8. Obter a autorização prévia da CONTRATANTE, por escrito, para realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com este Termo de Referência;

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

9.1.8.1.1. A autorização a que se refere o subitem precedente não exime da CONTRATADA sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de divulgação nos planejamentos de mídia por ela apresentados, para as ações publicitárias a serem executadas durante a vigência do contrato oriundo deste Termo de Referência;

9.1.8.1.2. Quando da programação de veículo de divulgação on-line, a CONTRATADA obriga-se a providenciar Termo de Conduta, segundo o quando o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da CONTRATANTE em veículos de divulgação que promovam conteúdo ou atividades ilegais.

9.1.9. Apresentar à CONTRATANTE, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais serão possíveis e dos quais se revela impossível obter relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.4. e a(s) justificativas que demonstre(m) tal impossibilidade, com fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº12.232/2010.

9.1.9.1. Apresentar à CONTRATANTE, como alternativa ao subitem 9.1.9, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

9.1.9.1.1. O estudo de que trata o subitem 9.1.9.1 deve levar em conta os meios, praças e veículos de divulgação habitualmente programados nos esforços de publicidade da CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

9.1.9.1.2. O resultado da negociação global entre as partes, vigerá para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 12 (doze) meses da data de recebimento da ordem de serviço para início da vigência contratual.

9.1.9.1.3. Ao final do período de 12 (doze) meses, a CONTRATADA apresentará novo estudo, que vigorará durante os 12 (doze) meses seguintes e assim sucessivamente.

9.1.10. Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 9.1.9.1, a CONTRATANTE poderá solicitar novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá promover nova negociação global e determinar novo período de vigência.

9.1.11. Encaminhar, sempre que solicitado pela CONTRATANTE, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos:

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

9.1.11.1. As peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, caso atenda à solicitação da CONTRATANTE;

9.1.12. Manter, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, com informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados.

9.1.13. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela CONTRATANTE.

9.1.14. Tomadas providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores de bens e serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou pelos fornecedores e veículos por ela contratados.

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

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

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

9.1.18. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o §1º do art. 4º da Lei nº12.232/2010.

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

9.1.20. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação aos empregados de fornecedores de bens e de serviços especializados contratados.

9.1.21. 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 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.

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

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

9.1.24. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como responder por todos os efeitos desses contratos, perante seus signatários e a própria CONTRATANTE.

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

9.1.26. A infração a esse dispositivo poderá implicar a rescisão deste contrato e sujeitará a CONTRATADA às penas da Lei nº9.279/1996, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

9.1.27. Responder perante a CONTRATANTE e fornecedores de bens e de serviços especializados por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços e de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.

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

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

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

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

9.1.31. Adotar, na execução dos serviços, práticas que promovam a sustentabilidade ambiental, incluindo a otimização de recursos, a redução de desperdícios e a minimização da poluição, em conformidade com o princípio do desenvolvimento sustentável previsto no art. 5º,

inciso IV, e com a exigência de observância de requisitos de sustentabilidade ambiental, social e de governança estabelecida no art. 11, inciso IV, da Lei nº 14.133/2021.

10. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

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

- a) Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;
- b) Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- c) Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
- d) Verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores e de bens e de serviços especializados, pela CONTRATADA;
- e) Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;
- f) Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.
- g) Efetuar os pagamentos à CONTRATADA nas condições e preços pactuados.

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

10.3. A CONTRATANTE comunicará à CONTRATADA por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se, excepcionalmente, ao uso de mensagem eletrônica para esse fim.

11. LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO

11.1. Para a liquidação e pagamento de despesas referentes a bens e serviços especializados, previamente autorizados pela CONTRATANTE, a CONTRATADA deverá apresentar:

- I – A correspondente nota fiscal será emitida de forma eletrônica, em nome da CONTRATANTE, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do Banco, nome e número da Agência e número da conta;
- II – A primeira via do documento fiscal do fornecedor de bens e de serviços especializados ou de veículos de divulgação, que será emitido em nome da CONTRATANTE;
- III – Os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, da sua entrega.

11.1.1. Os documentos de cobrança e demais informações necessárias à comprovação da execução e entrega dos serviços para liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhadas pela CONTRATADA à CONTRATANTE.

11.1.2. O gestor deste contrato somente atestará os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas.

11.1.3. As notas fiscais emitidas pela CONTRATADA devem ter em seu verso a seguinte declaração, assinada por funcionário da agência responsável pela documentação:

“Atestamos que todos os bens e serviços especializados descritos no presente documento, prestados por fornecedores ou por veículos de divulgação, foram entregues/realizados conforme autorizados pela contratante, sendo observados ainda os procedimentos previstos no contrato quanto à regularidade de contratação e de comprovação de execução.”

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

I – Execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e III do item 11.1;

II – Intermediação e supervisão, pela CONTRATADA, de bens e serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do item 11.1;

III – Bens e serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do item 11.1;

IV – Veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do item 11.1, da demonstração do valor devido ao veículo de divulgação, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do item 11.4;

11.2.1. Na ocorrência de falha local em uma programação em rede nacional de mídia eletrônica além das providências previstas no inciso III do subitem anterior, a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo de divulgação com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

11.2.2. É de responsabilidade da CONTRATADA observar rigorosamente os preços de tabela de cada inserção e dos respectivos descontos, de que trata o art. 15 da Lei nº12.232/2010, por ocasião da apresentação dos planos de mídia à CONTRATANTE.

11.3. O pagamento das despesas será feito fora o mês de produção ou veiculação, em até 30 (trinta) dias após a sua apresentação dos documentos previstos nos itens 11.1 e 11.2;

11.4. No tocante à veiculação, além do previsto no inciso III do subitem 11.2, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para a CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

I – Revista: exemplar original;

II – Jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre o período ou data de circulação nome do Jornal e praça;

III – Demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, perante a CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.

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

a) TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (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;

a1) como alternativa ao procedimento previsto na alínea ‘a’, a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea ‘a’ deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento ‘composto’ contenha todas as informações previstas na alínea ‘a’ deste subitem;

a2) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nas alíneas ‘a’ e ‘a1’ 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;

b) Mídia Exterior:

b1) Mídia Out Off Home: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, 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;

b2) Mídia Digital Out Off Home: relatório de exibição, fornecido pela empresa que veiculou a peça, ou por empresa de checagem contratada, de que devem constar fotos por amostragem de no mínimo 20% (vinte por cento) dos monitores/displays programados, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração; b3) Carro de Som: relatório de veiculação 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; b3.1) Além disso, deverá ser encaminhada filmagem de aproximadamente 01 (um) minuto, de pelo menos 30% (trinta por cento) do total de veículos de divulgação contratados. O vídeo deve conter imagens dos veículos de som,

onde seja possível identificar nome da campanha, áudio da peça veiculada e local popular que comprove a cidade onde foi realizada a veiculação;

c) Internet: relatório de gerenciamento fornecido por empresas de tecnologia ou relatório de veiculação emitido, sob as penas do art. 299 do Código Penal, pela empresa que veiculou a peça.

11.4.2. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nas alíneas ‘a’, ‘b’ e ‘c’ do subitem 11.4.1 serão estabelecidas formalmente pela CONTRATANTE, antes da autorização do respectivo plano de mídia.

11.5. Antes da efetivação dos pagamentos poderá ser realizada a comprovação de regularidade da CONTRATADA, mediante consulta aos documentos pertinentes à regularidade fiscal.

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

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

11.8. Cabe à CONTRATADA efetuar os pagamentos a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação em até 10 (dez) dias após o recebimento da ordem bancária da CONTRATANTE, pela agência bancária pagadora.

11.8.1. A CONTRATADA informará à CONTRATANTE os pagamentos efetuados a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação a cada ordem bancária de pagamento emitida pela CONTRATANTE e encaminhará relatório até o décimo dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

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

11.8.2. O não cumprimento do disposto nos itens 11.8 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.

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

11.8.2.2. Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 11.8.2, a CONTRATANTE poderá optar pela rescisão deste contrato ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente aos fornecedores ou aos veículos de divulgação, conforme o caso.

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

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

11.9. A CONTRATANTE, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

12. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO E QUALIFICAÇÃO DO LICITANTE

12.1. Conforme documento em anexo

13. BRIEFING

13.1. Conforme documento em anexo

Amparo, 16 de abril de 2025.

LUIZ ANTONIO PAOLILLO CRESCENZO
Secretário Municipal de Comunicação Social

ANEXO II

TERMO DE CREDENCIAMENTO

Processo Administrativo nº 00611/2025.

Concorrência Presencial nº 002/2025.

A empresa, C.N.P.J. nº, com sede na....., representada pelo(a) Sr.(a), CREDENCIA o(a) Sr.(a),, portador(a) do R.G. nº e C.P.F. nº para representá-la perante o Município de Amparo em licitação na modalidade **Concorrência Presencial Nº 002/2025**, cujo objeto é a “Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, de interesse do Município de Amparo/SP, conforme Edital e Anexos”, podendo praticar todos os atos inerentes ao certame, inclusive interpor e desistir de recursos em todas as fases licitatórias.

.....
Local e data

.....
Nome do Outorgante

.....
Nº do CPF

.....
Cargo do Outorgante

ANEXO III

MODELO ARQUIVO DECLARAÇÕES (FASE HABILITAÇÃO) (papel timbrado da licitante)

Processo Licitatório nº 00611/2025.
Concorrência Presencial nº 002/2025.

Eu _____ (nome completo), representante legal da empresa _____ (denominação da pessoa jurídica), participante da CONCORRÊNCIA PRESENCIAL nº 002/2025, da Prefeitura Municipal de Amparo/SP, DECLARO, sob as penas da lei:

- a) Cumpre plenamente as exigências e os requisitos de habilitação previstos no instrumento convocatório, inexistindo qualquer fato impeditivo de sua participação neste certame, declarando-se, ainda, ciente de todas as disposições relativas à licitação em causa e sua plena concordância com as condições constantes no Edital.
- b) Afirma que a empresa não possui, em seu quadro de pessoal, empregado(s) menor(es) de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e, de qualquer trabalho a menores de 16 (dezesesseis) anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos, nos termos do artigo 7º, inciso XXXIII, da Constituição Federal e artigo 68, inciso VI, da Lei Federal nº 14.133/2021.
- c) Inexiste grau de parentesco nos termos do art. 109 da Lei Orgânica Municipal.
- d) 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 conforme disposto no art. 63 da Lei Federal 14.133/2021.
- e) Cumpre 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, conforme disposto no art. 63 da Lei Federal 14.133/2021.
- f) **Declaro ainda que conheço e concordo com todos os termos e condições deste Edital.**

Para licitantes microempresas ou empresas de pequeno porte que pretendem usufruir o direito de preferência e/ou o benefício da habilitação com irregularidade fiscal e trabalhista:

- g) Não possui qualquer dos impedimentos previstos nos § 4º e seguintes todos do Art. 3º da Lei Complementar nº. 123, de 14 de dezembro de 2006 e alterações, cujos termos declara conhecer na íntegra.

Para licitantes em recuperação judicial ou extrajudicial:

h) Para o caso de empresas em recuperação judicial: está ciente de que no momento da retirada da nota de empenho deverá apresentar cópia do ato de nomeação do administrador judicial ou se o administrador for pessoa jurídica, o nome do profissional responsável pela condução do processo e, ainda, declaração, relatório ou documento equivalente do juízo ou do administrador, de que a LICITANTE está cumprindo o plano de recuperação judicial.

i) Para o caso de empresas em recuperação extrajudicial: está ciente de que no momento da retirada da nota de empenho deverá apresentar comprovação documental de que está cumprindo as obrigações do plano de recuperação extrajudicial.

Para cooperativas:

j) Em se tratando de cooperativa que preencha as condições estabelecidas no artigo 34 da Lei Federal nº 11.488/2007, declaração subscrita por representante legal do licitante afirmando que seu estatuto foi adequado à Lei Federal nº 12.690/2012 e que auferir Receita Bruta até o limite definido no inciso II do caput do art. 3º da Lei Complementar Federal nº 123/2006.

(Nome completo, cargo ou função e assinatura do representante legal)

***O signatário assume responsabilidade civil e criminal por eventual falsidade**

ANEXO IV

DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA E ATUAÇÃO CONFORME AO MARCO LEGAL ANTICORRUPÇÃO

(em papel timbrado da licitante)

Eu, _____,
portador do RG nº _____ e do CPF nº _____,
representante legal do licitante _____ (nome
empresarial), interessado em participar da Concorrência Presencial nº 002/2025, Processo
Licitação nº 00611/2025, **DECLARO**, sob as penas da Lei, especialmente o Artigo 299 do
Código Penal Brasileiro, que:

- a) A proposta apresentada foi elaborada de maneira independente e o seu conteúdo não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado ou discutido com qualquer outro licitante ou interessado, em potencial ou de fato, no presente procedimento licitatório.
- b) A intenção de apresentar a proposta não foi informada ou discutida com qualquer outro licitante ou interessado, em potencial ou de fato, no presente procedimento licitatório.
- c) O licitante não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro licitante ou interessado, em potencial ou de fato, no presente procedimento licitatório.
- d) O conteúdo da proposta apresentada não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro licitante ou interessado, em potencial ou de fato, no presente procedimento licitatório antes da adjudicação do objeto.
- e) O conteúdo da proposta apresentada não foi, no todo ou em parte, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante relacionado, direta ou indiretamente, ao órgão licitante antes da abertura oficial das propostas; e
- f) O representante legal do licitante está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

DECLARO, ainda, que a pessoa jurídica que represento conduz seus negócios de forma a coibir fraudes, corrupção e a prática de quaisquer outros atos lesivos à Administração Pública, nacional ou estrangeira, em atendimento à Lei Federal nº 12.846/ 2013 e ao Decreto Estadual nº 60.106/2014, tais como:

- I. Prometer, oferecer ou dar, direta ou indiretamente, vantagem indevida a agente público, ou a terceira pessoa a ele relacionada.
- II. Comprovadamente, financiar, custear, patrocinar ou de qualquer modo subvencionar a prática dos atos ilícitos previstos em Lei.
- III. Comprovadamente, utilizar-se de interposta pessoa física ou jurídica para ocultar ou dissimular seus reais interesses ou a identidade dos beneficiários dos atos praticados.

IV. No tocante a licitações e contratos:

- a) Frustrar ou fraudar, mediante ajuste, combinação ou qualquer outro expediente, o caráter competitivo de procedimento licitatório público.
- b) Impedir, perturbar ou fraudar a realização de qualquer ato de procedimento licitatório público.
- c) Afastar ou procurar afastar licitante, por meio de fraude ou oferecimento de vantagem de qualquer tipo.
- d) Fraudar licitação pública ou contrato dela decorrente.
- e) Criar, de modo fraudulento ou irregular, pessoa jurídica para participar de licitação pública ou celebrar contrato administrativo.
- f) Obter vantagem ou benefício indevido, de modo fraudulento, de modificações ou prorrogações de contratos celebrados com a administração pública, sem autorização em lei, no ato convocatório da licitação pública ou nos respectivos instrumentos contratuais; ou
- g) Manipular ou fraudar o equilíbrio econômico-financeiro dos contratos celebrados com a administração pública.

V. Dificultar atividade de investigação ou fiscalização de órgãos, entidades ou agentes públicos, ou intervir em sua atuação, inclusive no âmbito das agências reguladoras e dos órgãos de fiscalização do sistema financeiro nacional.

(Local e data).

(Nome/assinatura do representante legal)

***O signatário assume responsabilidade civil e criminal por eventual falsidade**

ANEXO V
PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO

Processo Administrativo nº 00611/2025.

Concorrência Presencial nº 002/2025.

Adverte-se que a simples apresentação desta Proposta será considerada como indicação bastante de que inexistem fatos que impeçam a participação da licitante neste certame.

Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os seguintes preços para os serviços descritos:

Desconto, a ser concedido à **CONTRATANTE**, 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);

Amparo, em ____ de _____ de 2025

Assinatura do representante legal

ANEXO VI MINUTA DE CONTRATO

**Autorizado no
Processo Licitatório nº 0611/2025**

TERMO DE CONTRATO QUE ENTRE SI CELEBRAM, DE UM LADO, O MUNICÍPIO DE AMPARO, E DE OUTRO LADO, COMO CONTRATADA A EMPRESA ... PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA, DE ACORDO COM O PROPOSTO NA CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº .../2025.

Pelo presente contrato que entre si celebram, de um lado, o **MUNICÍPIO DE AMPARO**, inscrito no CNPJ sob o nº 43.465.459/0001-73, com sede a Avenida Bernardino de Campos, nº 705, bairro: Centro, na cidade de Amparo, Estado de São Paulo, CEP: 13.900-400, doravante denominado simplesmente **CONTRATANTE**, representado pelo Secretário Municipal de Comunicação Social, Sr. **LUIS ANTONIO PAOLILLO CRESCENZO**, matrícula Institucional nº 10158, e de outro lado, doravante denominada simplesmente **CONTRATADA** a empresa ..., inscrita no CNPJ nº ..., com sede na Rua ..., nº ..., ..., na cidade de ..., estado de São Paulo, CEP:..., representada pelo Sr. ..., têm entre si justo e contratado a prestação dos serviços acima mencionados, de acordo com o proposto na Concorrência Presencial nº .../2025, mediante as seguintes cláusulas e condições:

CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO – O presente contrato tem por objeto a contratação de empresa especializada na prestação de serviços de publicidade por intermédio de agência de propaganda, de interesse do Município, cujo objeto inclui o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, de acordo com o proposto na Concorrência Presencial nº .../2025.

PARÁGRAFO PRIMEIRO – A **CONTRATADA** obriga-se a seguir rigorosamente as especificações do Termo de Referência, Edital e Anexos.

PARÁGRAFO SEGUNDO - Também integram o objeto desta contratação atividades

complementares como os serviços especializados pertinentes:

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimentos 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 material criados pela agência **CONTRATADA**.

PARÁGRAFO TERCEIRO - São vedadas as subcontratações do contrato a terceiros, no todo ou em parte.

PARÁGRAFO QUARTO - Além disso, demais pesquisas e outros instrumentos correlacionados terão a finalidade de gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Governo Municipal de Amparo, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças, bem como aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens, e possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

CLÁUSULA SEGUNDA - DO PRAZO DE VIGÊNCIA DO CONTRATO - O prazo de vigência da presente contratação será de 12 (doze) meses, contados da data de recebimento da Ordem de Serviço, podendo ser prorrogado a critério da administração, nos termos da legislação vigente.

CLÁUSULA TERCEIRA - PRAZO E LOCAL DE EXECUÇÃO – os serviços objeto da contratação deverão ser iniciados em até 05 (cinco) dias após a emissão da respectiva Ordem de Serviço, sendo que a execução dos mesmos ocorrerá em todo o Município de Amparo/SP, em locais a serem previamente fornecidos pela Secretaria Municipal de Comunicação Social ou nas dependências da **CONTRATADA**, para o caso de criação de conteúdo.

CLÁUSULA QUARTA – DO PREÇO E CONDIÇÕES DE PAGAMENTO – O

objeto do presente Contrato será prestado pelo valor de R\$... (...), o pagamento será realizado, exceto o mês de produção ou veiculação, em até 30 (trinta) dias da data de recebimento dos documentos solicitados nos itens 11.1 e 11.2 com seus subitens do Anexo I – Termo de Referência do Edital; estando as demais disposições de liquidação e pagamento previstas nos itens 11.3 e seguintes do Termo de Referência.

PARÁGRAFO PRIMEIRO - Os pagamentos serão on-line, devendo a **CONTRATADA** informar em sua Nota Fiscal (a ser enviada como arquivo com extensão XML, para o e-mail comunicacao@amparo.sp.gov.br) o número do banco, número da agência e o número da conta corrente para o respectivo depósito (preferencialmente informar contas dos bancos Banco do Brasil ou Caixa Econômica Federal). O número de conta corrente, agência e banco poderá ser informada através do e-mail tesouraria@amparo.sp.gov.br com as informações completas do fornecedor.

PARÁGRAFO SEGUNDO – Na emissão da Nota Fiscal a **CONTRATADA** deverá atender ao quanto disposto na Instrução Normativa RFB nº 1.234/2012, alterada pela Instrução Normativa RFB nº 2.145/2023, publicada em 27 de junho de 2023, e ainda o Decreto Municipal nº 6.788, de 14 de setembro de 2023, devendo proceder à retenção de Imposto de Renda (IR) e destacar no corpo da Nota Fiscal tal retenção e alíquota relacionada, observando os percentuais estabelecidos no anexo I da IN 1.234/2012 (art. 3º-A, IN 1.234/2012) ou, na(s) hipótese(s) de isenção, não incidência, entre outra(s), deverá apresentar, juntamente com a Nota Fiscal, Declaração conforme anexos II, III e IV da IN.

PARÁGRAFO TERCEIRO – Se não cumpridas as determinações previstas no parágrafo acima a **CONTRATADA** será notificada para retificar o documento fiscal, com o que, o prazo para pagamento da NF será contado a partir do recebimento, pelo **CONTRATANTE**, do documento devidamente retificado, ou acompanhado da declaração de não incidência, isenção, entre outra(s), quando for o caso.

PARÁGRAFO QUARTO - Em caso de devolução da documentação fiscal para correção, o prazo para pagamento fluirá a partir de sua reapresentação.

CLÁUSULA QUINTA – DA REVISÃO DE PREÇO - Durante a vigência do presente contrato, os preços ora pactuados não sofrerão nenhum tipo de reajuste financeiro, conforme Lei Federal Nº 10.192/2001, salvo na hipótese de prorrogação contratual quando então, a partir de 12 (doze) meses de vigência, os preços poderão sofrer reajustes, que terão como parâmetro para atualização monetária, desde que solicitado pela **CONTRATADA** e aceito pelo **CONTRATANTE**, aplicando-se a tabela vigente do SINAPRO – Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo.

CLAÚSULA SEXTA – DA ALTERAÇÃO CONTRATUAL - Sem prejuízo das disposições do artigo 124 e seguintes da Lei Federal nº 14.133/2021, a **CONTRATADA** ficará obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários para a prestação dos serviços, até o limite de 25% (vinte por cento) do valor inicial atualizado do contrato, nos termos do artigo 125 da referida lei.

CLÁUSULA SÉTIMA – DO REEQUILÍBRIO ECONÔMICO-FINANCEIRO – Somente será restabelecido o equilíbrio da equação financeira do contrato, na hipótese de sobrevirem fatos imprevisíveis, ou previsíveis porém de consequências incalculáveis, retardadores ou impeditivos da execução do ajustado, ou, ainda, em caso de força maior, caso fortuito ou fato do príncipe, configurando álea econômica extraordinária e extracontratual, conforme prevê o Artigo 124, inciso II, alínea “d” da Lei Federal 14.133/2021, ficando exclusivamente sob responsabilidade da **CONTRATADA** a comprovação da quebra do equilíbrio econômico-financeiro do contrato.

CLAÚSULA OITAVA – DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA – As despesas com a execução do presente contrato correrão por conta da seguinte dotação orçamentária: Ficha 949 - 02.20.02.04.131.0301.4106.3.3.90.39.00 - Secretaria de Comunicação Social / Publicidade e Comunicação Institucional / Fonte 91 (Tesouro – Exercício anterior). 02.20.02.04.131.0301.4106.3.3.90.39.00 - Secretaria de Comunicação Social / Publicidade e Comunicação Institucional / Fonte 01 (Tesouro).

CLAÚSULA NONA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA – Sem prejuízo das disposições do Termo de Referência, Edital e Anexos, constituem obrigações da **CONTRATADA**:

1. Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.
2. A **CONTRATADA** deverá ter escritório próprio em Amparo e tributar no Município.
3. Caso a **CONTRATADA** não tenha sede no Município de Amparo, deverá abrir escritório próprio no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato.
4. A manutenção do escritório em Amparo se justifica pela necessidade de contar com uma equipe publicitária local, responsável por dar suporte à produção de vídeos institucionais, desenvolvimento de materiais gráficos e demais demandas de comunicação, garantindo agilidade, alinhamento estratégico e qualidade na entrega dos conteúdos.
5. Executar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de bens e serviços especializados e de veículos de divulgação – todos os serviços relacionados com o objeto do Termo de Referência, de acordo com as especificações estipuladas pelo **CONTRATANTE**.
6. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e serviços especializados e a veículos de divulgação e transferir ao **CONTRATANTE** todas as vantagens obtidas.
7. Pertencem ao **CONTRATANTE** todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da **CONTRATADA**, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.
8. O disposto no subitem 7 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à **CONTRATADA**, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.
9. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido ao **CONTRATANTE**, caso este venha saldar compromisso antes do prazo estipulado.
10. A **CONTRATADA** não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses do **CONTRATANTE**, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.
11. O desrespeito ao disposto no subitem 10 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da **CONTRATADA** e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções prevista na legislação vigente.
12. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 4 e 6, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos

pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias do **CONTRATANTE**.

13. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens e de serviços especializados ao **CONTRATANTE**:

I – Fazer cotações prévias de preços para todos os bens e serviços especializados a serem prestados por fornecedores;

II – Só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores aptos a fornecer à **CONTRATADA** bens e serviços especializados, relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;

III – apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre fornecedores de bens e de serviços especializados que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

IV – Exigir dos fornecedores que constem da cotação de bens e de serviços especializados, o detalhamento das especificações que compõem seus preços unitários e total;

V – A cotação deverá ser apresentada em via original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome empresarial 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 - CNPJ ou no CPF e no cadastro dos 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;

VII – para cada orçamento encaminhado, deve ser observada a presença da seguinte declaração, assinada por funcionário da **CONTRATADA** responsável pela documentação: “Atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica aprovada e as exigências contratuais.”

14. Quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor superior a 0,5 (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a **CONTRATADA** coletará orçamentos dos fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob a fiscalização do **CONTRATANTE**.

15. O **CONTRATANTE** procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e dos serviços especializados e coletados em relação aos do mercado, podendo, para isso, realizar cotação de preços diretamente junto a outros fornecedores.

16. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a **CONTRATADA** deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão do **CONTRATANTE**.
17. O **CONTRATANTE** procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e dos serviços especializados cotados em relação aos do mercado, podendo, para isso, realizar cotação de preços diretamente junto a outros fornecedores.
18. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a **CONTRATADA** deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão do **CONTRATANTE**.
19. Se e quando julgar conveniente, o **CONTRATANTE** poderá supervisionar o processo de seleção dos fornecedores, realizado pela **CONTRATADA**, quando o fornecimento de bens ou serviços especializados tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato.
20. A **CONTRATADA** está ciente de que deverá incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos art. 44 a 46 da Lei nº12.288/2010.
21. Cabe à **CONTRATADA** informar, por escrito, aos fornecedores de bens e de serviços especializados, acerca das condições estabelecidas na Cláusula 20. para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.
22. As disposições dos subitens 20 e 21 não se aplicam à compra de mídia.
23. Submeter a contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução do objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência do **CONTRATANTE**.
24. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que:
- I – Um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação;
 - II – Algum dirigente ou empregado da **CONTRATADA** tenha participação societária ou vínculo comercial ou parentesco até o terceiro grau.
25. Obter a autorização prévia do **CONTRATANTE**, por escrito, para realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com este Termo de Referência;
26. A **CONTRATADA** só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por ordem e conta do **CONTRATANTE**, se previamente tiver sido por ela expressamente autorizada.
27. A autorização a que se refere o subitem precedente não exime da **CONTRATADA** sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de divulgação nos planejamentos de mídia

por ela apresentados, para as ações publicitárias a serem executadas durante a vigência do contrato oriundo do Termo de Referência;

28. Quando da programação de veículo de divulgação on-line, a **CONTRATADA** obriga-se a providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias do **CONTRATANTE** em veículos de divulgação que promovam conteúdo ou atividades ilegais.

29. Apresentar ao **CONTRATANTE**, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais serão possíveis e dos quais se revela impossível obter relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.4 do Termo de Referência e a(s) justificativas que demonstre(m) tal impossibilidade, com fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

30. Apresentar ao **CONTRATANTE**, como alternativa ao subitem 29, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

31. O estudo de que trata o subitem 30 deve levar em conta os meios, praças e veículos de divulgação habitualmente programados nos esforços de publicidade do **CONTRATANTE**, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a **CONTRATADA**.

32. O resultado da negociação global entre as partes, vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 12 (doze) meses da data de recebimento da ordem de serviço para início da vigência contratual.

33. Ao final do período de 12 (doze) meses, a **CONTRATADA** apresentará novo estudo, que vigorará durante os 12 (doze) meses seguintes e assim sucessivamente.

34. Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 30, o **CONTRATANTE** poderá solicitar novo estudo à **CONTRATADA** e, em decorrência, poderá promover nova negociação global e determinar novo período de vigência.

35. Encaminhar, sempre que solicitado pelo **CONTRATANTE**, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos:

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

36. As peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, caso atenda à solicitação do **CONTRATANTE**;

37. Manter, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, com informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados.

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

39. Tomadas 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 de bens e serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como os honorários da **CONTRATADA** pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria **CONTRATADA** ou pelos fornecedores e veículos por ela contratados.

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

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

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

43. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o §1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

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

45. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação aos empregados de fornecedores de bens e de serviços especializados contratados.

46. 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 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.
47. Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.
48. Apresentar, quando solicitado pelo **CONTRATANTE**, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.
49. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como responder por todos os efeitos desses contratos, perante seus signatários e a próprio **CONTRATANTE**.
50. 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**.
51. A infração a esse dispositivo poderá implicar a rescisão deste contrato e sujeitará a **CONTRATADA** às penas da Lei nº 9.279/1996, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.
52. Responder perante o **CONTRATANTE** e fornecedores de bens e de serviços especializados por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços e de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.
53. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que resultem em aumento de despesas ou perda de descontos para o **CONTRATANTE**.
54. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa, dolo ou omissão de seus empregados, prepostos ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações administrativas ou judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força da lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.
55. 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 salva de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo,

se houver condenação, reembolsará ao **CONTRATANTE** as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

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

57. Adotar, na execução dos serviços, práticas que promovam a sustentabilidade ambiental, incluindo a otimização de recursos, a redução de desperdícios e a minimização da poluição, em conformidade com o princípio do desenvolvimento sustentável previsto no art. 5º, inciso IV, e com a exigência de observância de requisitos de sustentabilidade ambiental, social e de governança estabelecida no art. 11, inciso IV, da Lei nº 14.133/2021.

58. Eventuais danos, diretos ou indiretos, decorrentes da execução do objeto desta licitação, serão de responsabilidade exclusiva da **CONTRATADA**.

59. Durante a vigência do contrato a **CONTRATADA** deverá manter, em compatibilidade com as obrigações por ela assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas no Edital.

60. A **CONTRATADA** concorda com todos os termos do Edital, bem como as obrigações do regulamento administrativo previsto pelo **CONTRATANTE**, além das penalidades pertinentes às Leis específicas à matéria Lei nº 14.133/2021 e suas atualizações.

CLAÚSULA DÉCIMA - DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE: Constituem obrigações do **CONTRATANTE**, além das demais previstas no Termo de Referência, Edital e Anexos:

- a) Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a **CONTRATADA**;
- b) Fornecer e colocar à disposição da **CONTRATADA** todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- c) Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
- d) Verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à **CONTRATADA** e às condições de contratação de fornecedores e de bens e de serviços especializados, pela **CONTRATADA**;
- e) Notificar, formal e tempestivamente, a **CONTRATADA** sobre irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;
- f) Notificar a **CONTRATADA**, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e

quaisquer débitos de sua responsabilidade.

g) Efetuar os pagamentos à **CONTRATADA** nas condições e preços pactuados.

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

PARÁGRAFO SEGUNDO - O **CONTRATANTE** comunicará à **CONTRATADA** por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se, excepcionalmente, ao uso de mensagem eletrônica para esse fim.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DA EXTINÇÃO CONTRATUAL – O presente Termo de Contrato poderá ser extinto nas hipóteses previstas no art. 137 a 139 da Lei nº 14.133/2021.

- a) Os casos de extinção contratual serão formalmente motivados, assegurando-se a **CONTRATADA** o direito à ampla defesa e ao contraditório.
- b) O descumprimento, por parte da **CONTRATADA**, de suas obrigações legais e/ou contratuais assegurará ao **CONTRATANTE** o direito de extinguir o contrato a qualquer tempo, independentemente de aviso, interpelação judicial e/ou extrajudicial.
- c) A extinção determinada por ato unilateral da Administração e a extinção consensual deverão ser precedidas de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente e reduzidas a termo no respectivo processo.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DAS PENALIDADES – A CONTRATADA será responsabilizada civil e criminalmente por todo e qualquer prejuízo, acidente ou dano que vier a ser causado ao município ou a terceiros, em virtude da execução do objeto para o qual foi contratada.

PARÁGRAFO PRIMEIRO: Na hipótese de descumprimento por parte da **CONTRATADA** das obrigações constantes no Termo de Referência e àquelas assumidas no presente Instrumento, ou ainda infringência de preceitos legais pertinentes, serão a ela aplicadas,

com fundamento nos artigos 155 e seguintes da Lei Federal nº. 14.133/2021, as seguintes penalidades:

I. Advertência e;

II. Multa, a ser aplicada em seu limite mínimo ou máximo, ou seja, de 0,5% a 30% do valor do contrato, considerando a gravidade e eventuais prejuízos causados à Administração pelo descumprimento, a ser apurado em processo administrativo.

III. Impedimento de licitar e contratar no âmbito da Administração Pública Direta e Indireta deste Município, pelo prazo máximo de 03 (três) anos, ou enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação perante esta Municipalidade, nos termos ao artigo 163 da Lei Federal nº. 14.133/2021;

IV. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública Direta e Indireta de todos os entes federativos, pelo prazo mínimo de 03 (três) anos e máximo de 06 (seis) anos; sendo a referida penalidade precedida de análise jurídica observando as regras previstas no parágrafo 6º do artigo 156 da Lei Federal nº. 14.133/2021, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação perante esta Municipalidade, nos termos ao artigo 163 da Lei Federal nº. 14.133/2021.

PARÁGRAFO SEGUNDO: As sanções previstas nos itens I, III e IV poderão ser aplicadas cumulativamente com as previstas no item II.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DOS CASOS OMISSOS – Aplicar-se-á a Lei nº 14.133/2021, e suas alterações, para os casos porventura omissos neste termo de contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DA GARANTIA - A CONTRATADA deverá apresentar garantia contratual no valor correspondente a R\$ 25.000,00 (vinte e cinco mil reais), conforme previsto no art. 96, caput, da Lei nº 14.133/2021.

PARÁGRAFO ÚNICO - A garantia de participação poderá ser apresentada em uma das seguintes modalidades, conforme o § 1º o art. 96 da Lei nº 14.133/2021:

- a) Caução em dinheiro ou em títulos da dívida pública emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, e avaliados por seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Economia;
- b) Seguro-garantia;
- c) Fiança bancária emitida por banco ou instituição financeira devidamente autorizada a operar no País pelo Banco Central do Brasil;
- d) Título de capitalização custeado por pagamento único, com resgate pelo valor total.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA– DA PREVENÇÃO E COMBATE A CORRUPÇÃO – “Na execução e por força do objeto deste contrato, as partes não poderão pedir, oferecer, dar ou receber, tanto por conta própria quanto por interpostas pessoas, qualquer pagamento, doação, compensação, vantagens financeiras ou benefícios patrimoniais de qualquer espécie, seja de forma direta ou indireta, sob pena de responderem aos processos administrativos e judiciais pertinentes, na forma da lei” Decreto Municipal nº 5.505, de 30 de junho de 2016, art. 1º.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DOS FISCAIS/GESTORES DO CONTRATO – Ficam designados para fiscais/gestores deste instrumento contratual os seguintes servidores:

1. Secretário Municipal de Comunicação Social, Sr. Luis Antônio Paolillo Crescenzo, Matrícula Institucional nº 10158;
2. Sr. ... – ... - Matrícula Institucional.: ... - Gestor;
3. Sr. ... – ... - Matrícula Institucional.: ... - Fiscal;
4. A fiscalização não exclui e nem reduz a integral responsabilidade da **CONTRATADA**, mesmo perante terceiros, por quaisquer irregularidades constatadas na execução do objeto contratado, inexistindo, em qualquer hipótese, corresponsabilidade por parte do **CONTRATANTE**.
5. A ausência de comunicação, por parte do **CONTRATANTE**, referente a irregularidades ou falhas, não exime a **CONTRATADA** do regular cumprimento das obrigações previstas neste contrato e no edital e seus anexos.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – DAS COMUNICAÇÕES, NOTIFICAÇÕES E INTIMAÇÕES – Todas as comunicações, notificações e intimações serão realizadas pelo endereço de e-mail descrito na proposta da **CONTRATADA**, sendo que qualquer modificação deverá ser comunicada por escrito no endereço de e-mail contratos@amparo.sp.gov.br, e terá sua validade após o recebimento do protocolo/confirmação emitido pelo Departamento de Suprimentos do **CONTRATANTE**.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA – DO CADASTRO CORPORATIVO TCESP – **CadTCESP** – A **CONTRATADA** deverá apresentar no ato da assinatura do contrato a Declaração de Atualização Cadastral no Sistema Cadastro Corporativo **TCESP – CadTCESP**, emitida mediante cadastro dos dados do representante legal da empresa, que assina o presente instrumento, o qual será realizado junto ao site do **TCESP** (<https://www.tce.sp.gov.br/cadtcesp/>).

CLÁUSULA DÉCIMA NONA – DO FORO – O Foro competente é o da Comarca de Amparo, para dirimir as questões judiciais do presente Contrato, que as partes não consigam, preferencialmente, acordar.

E, por estarem de acordo, é digitado este instrumento somente no anverso e em 03 (três) vias originais de igual teor, que após lido e achado conforme, vai rubricado e assinado na última folha pelas partes inicialmente nomeadas, na presença das testemunhas abaixo arroladas, extraindo-se suficientes cópias que se fizerem necessárias.

Amparo, ... de ... de 2025.

LUIS ANTONIO PAOLILLO CRESCENZO
Secretário Municipal de Comunicação Social

...
P/ Contratada

TESTEMUNHAS:

1. JULIO CESAR CAMARGO
Matrícula Institucional nº 10131

2. ...
Matrícula Institucional nº ...

TERMO DE CIÊNCIA E DE NOTIFICAÇÃO

CONTRATANTE: MUNICÍPIO DE AMPARO

CONTRATADA: ...

CONTRATO Nº: ... /2025

OBJETO: TERMO DE CONTRATO QUE ENTRE SI CELEBRAM, DE UM LADO, O MUNICÍPIO DE AMPARO, E DE OUTRO LADO, COMO CONTRATADA A EMPRESA ... PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA, DE ACORDO COM O PROPOSTO NA CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº .../2025.

ADVOGADO (S)/ Nº OAB/e-mail: MYKNER MARCEL CASAGRANDE DE LIMA/ OAB/SP Nº 354.915 / mmclima@amparo.sp.gov.br

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 extraíndo 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 pelo CONTRATANTE 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.

Amparo, ... de ... de 2025.

AUTORIDADE MÁXIMA DO ÓRGÃO/ENTIDADE:

Nome: CARLOS ALBERTO MARTINS

Cargo: PREFEITO MUNICIPAL DE AMPARO

CPF: 217.xxx.xxx-46

**RESPONSÁVEIS PELA HOMOLOGAÇÃO DO CERTAME OU RATIFICAÇÃO DA
DISPENSA/INEXIGIBILIDADE DE LICITAÇÃO:**

RESPONSÁVEIS QUE ASSINARAM O AJUSTE:

ORDENADOR DE DESPESAS DO CONTRATANTE:

Pelo contratante:

NOME: LUIS ANTONIO PAOLILLO CRESCENZO

CARGO: SECRETÁRIO MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

C.P.F.: 074.xxx.xxx-51

Assinatura: _____

Contratada:

Nome: ...

CARGO: REPRESENTANTE

CPF: ...

Assinatura: _____

GESTOR(ES) DO CONTRATO:

NOME: LUIS ANTONIO PAOLILLO CRESCENZO

CARGO: SECRETÁRIO MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

C.P.F.: 074.xxx.xxx-51

Assinatura: _____

DEMAIS RESPONSÁVEIS: - GESTOR

NOME: ...

CARGO:

CPF: ...

Assinatura: _____

Tipo de ato sob sua responsabilidade: **FISCAL**

Nome: ...

Cargo: ...

CPF: ...

Assinatura _____

ANEXO VIII BRIEFING

(Incisos II e III do art. 6º da Lei nº 12.232/2010)

Cliente: Prefeitura Municipal de Amparo

I – INTRODUÇÃO

Para facilitar o trabalho das agências licitantes, escolhemos um tema e o modo de veiculação para simulação que servirá para avaliação da subcomissão técnica. Este esclarecimento se faz necessário para não interromper prazos, pois não interfere no andamento e na legalidade do processo.

II - DADOS GERAIS

O município de Amparo-SP possui aproximadamente 68.008 habitantes, conforme o Censo IBGE de 2022. Está localizado a cerca de 130 km da capital do estado, São Paulo. Seus municípios limítrofes são Jaguariúna, Pedreira, Morungaba, Itatiba, Tuiuti, Pinhalzinho, Serra Negra e Monte Alegre do Sul. A cidade possui um clima tropical de altitude, com uma temperatura média anual de 21°C, e temperatura média máxima de 29,3°C nos meses mais quentes, como janeiro e fevereiro. A área territorial do município é de 445,323 km², resultando em uma densidade demográfica de aproximadamente 152,72 habitantes por km².

III - Tema: TODOS CONTRA A DENGUE

O Ministério da Saúde é um órgão do governo, do Poder Executivo federal, responsável pela organização dos planos e das políticas públicas voltadas para a promoção, prevenção e assistência à saúde dos brasileiros. A função do município é elaborar formas para a proteção e recuperação da saúde da população, reduzindo as enfermidades e controlando as doenças. O objetivo do contato com a agência se deve à necessidade da elaboração e divulgação de uma campanha sobre a prevenção da Dengue. A Prefeitura de Amparo tem feito campanhas e ações voltadas à conscientização de todos os munícipes sobre o que é e como a Dengue “nasce”, e obteve resultados satisfatórios, mas, mesmo assim, o índice de casos de dengue vem aumentando. Então, para que não haja um surto da dengue ainda maior, devido à chegada do verão, a Prefeitura quer se prevenir contra essa doença.

IV - OBJETIVO:

Deverá ser elaborada pela agência uma campanha de prevenção contra a dengue, que terá como foco orientar os moradores sobre a forma correta de como evitar a doença, sendo, pois, a prevenção, a melhor maneira de o fazer.

V - PROBLEMAS E OPORTUNIDADES:

Problemas: a maioria das pessoas pensa que, cuidando apenas de sua residência, estará seguro perante a dengue. Porém, se faz necessário que ela prospecte e oriente seus vizinhos e familiares, para que realmente esteja seguro, pois, mesmo sua casa estando sem o foco, a pessoa pode ter dengue, caso seu vizinho tenha foco.

Oportunidades: temos como oportunidade a entrada do verão, em que ocorrem muitas chuvas, o que torna qualquer recipiente ou lugar, com possibilidade acúmulo de água, um possível foco da dengue, o que torna propício o momento de divulgação da campanha.

VI - PÚBLICO ALVO:

A campanha deve abranger o público em geral, tendo como target, porém, o seguinte público: adultos de 25 a 55 anos, de ambos os sexos.

VII - OBJETIVOS DE MARKETING:

Sustentar, para a sociedade, a imagem de interesse na saúde pública por parte da Prefeitura de Amparo

OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO:

Informar como se combate a dengue; Comunicar que apenas cuidar de sua residência não significa estar seguro; Informar os sintomas da dengue; e Informar como é o mosquito da dengue.

Obrigatoriedades e Limitações:

OBRIGATORIEDADES:

Informar como se combate a dengue, o que é a dengue, como se contrai, como evitá-la e como é o mosquito que a ocasiona;

Deve constar da campanha o nome do mosquito transmissor: “Aedes Aegypti”;

A assinatura do VT deve conter a logo do Ministério da Saúde, do Governo federal e da Prefeitura de Amparo;

No spot deve-se assinar com o Ministério da Saúde, o Governo federal e a Prefeitura de Amparo, através da locução;

Deve contar imagens representativas do mosquito da dengue; e Deve-se ter informativo explicando como evitar a dengue.

VIII - RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

A prefeitura dispõem de endereço eletrônico na internet para hospedagem de conteúdos, página nas principais redes sociais, espaços para comunicação interna com seus servidores, banco de cadastro de e-mails de funcionários e instalações físicas da própria prefeitura que podem ser utilizadas na campanha simulada.

PRAZO DA CAMPANHA: 2 MESES, ABRANGÊNCIA: LOCAL.

Arquivos disponíveis para consulta

Brasão da Prefeitura Municipal para utilização nos materiais da campanha:

<https://www.amparo.sp.gov.br/identidade-visual/>

LUIZ ANTONIO PAOLILLO CRESCENZO

Secretário Municipal de Comunicação Social

ANEXO IX

CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO E QUALIFICAÇÃO DO LICITANTE

1. INTRODUÇÃO

1.1. Este documento estabelece as condições de participação, bem como os requisitos de qualificação exigidos dos licitantes interessados em participar do processo licitatório para a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda. As exigências aqui descritas visam garantir a idoneidade, a capacidade técnica e a regularidade jurídica e fiscal das empresas concorrentes, assegurando a competitividade e a transparência do certame.

2. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

2.1. Poderão participar da licitação as agências de propaganda que atendam aos seguintes requisitos:

2.2. Estar regularmente constituída sob a Lei nº 4.680/1965 e possuir certificado de qualificação técnica conforme a Lei nº 12.232/2010;

2.3. Apresentar a documentação exigida neste documento e no edital;

2.4. Não estar impedida de licitar e contratar com a Administração Pública;

2.5. Não estar em processo de falência, recuperação judicial ou extrajudicial;

2.6. Não possuir sócios, dirigentes ou administradores que integrem a Subcomissão Técnica ou possuam vínculo profissional com o Anunciante;

2.7. Não atuar sem fins lucrativos;

2.8. Empresas estrangeiras sem funcionamento no Brasil não podem participar.

3. EXIGÊNCIAS DE QUALIFICAÇÃO

3.1. Habilitação Jurídica e regularidade fiscal e trabalhista na forma padronizada já exigida pelo Departamento de Suprimentos:

3.2. Qualificação Econômico-Financeira:

I - Balanço patrimonial, demonstração de resultado do exercício e demais demonstrações contábeis dos 2(dois) últimos exercícios sociais;

II – Índice de Liquidez Geral (ILG), assim composto:

$$\text{ILG} = \frac{\text{AC} + \text{RLP}}{\text{PC} + \text{ELP}}$$

Onde:

AC é o ativo circulante;

RLP é o ativo realizável em longo prazo; PC é o passivo circulante;

ELP é o exigente em longo prazo.

3.2.1. O resultado da operação acima deverá ser igual ou superior a 1.

3.3. Índice de Liquidez Corrente (ILC), sendo composto:

$$\text{ILC} = \frac{\text{AC}}{\text{PC}}$$

Onde:

AC é o ativo circulante

PC é o passivo circulante

3.3.1. O resultado da operação acima deverá ser igual ou superior a 1.

3.4. Índice de Endividamento (IE), assim composto:

$$IE = \frac{PC + ELP}{AT}$$

AT

Onde:

PC é o passivo circulante;

ELP é o exigível em longo prazo;

AT é o ativo total.

3.4.1. O resultado da operação acima deverá ser igual ou menor a 0,5.

3.5. OBSERVAÇÕES:

3.5.1. Os cálculos dos índices acima referidos deverão ser apresentados pela empresa licitante juntamente com a documentação de habilitação, assinada por profissional habilitado da área contábil.

3.5.2. A comprovação da boa situação financeira da empresa, conforme dispõe o Artigo 69, § 1º da Lei Federal nº 14.133/21, poderá ser aferida com a aplicação de fórmulas indicadas. Para Tanto, índices mínimos aceitáveis deverão ser indicados pela Administração no ato convocatório.

3.5.3. Os índices estão em compatibilidade com as exigências do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo.

a) Certidão Negativa de Falência e Concordata expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica.

b) Se a licitante for cooperativa ou sociedade não empresária, a certidão mencionada no subitem 3.5.3. alínea “a”, deverá ser substituída por certidão cujo conteúdo demonstre a ausência de insolvência civil, expedida pelo distribuidor competente.

III - Patrimônio Líquido Mínimo

Comprovação de patrimônio líquido mínimo correspondente a R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais), nos termos do art. 69, § 4º, da Lei nº 14.133/2021.

IV - Garantia Contratual

A empresa contratada deverá apresentar garantia contratual no certame no valor correspondente a R\$ 25.000,00 (vinte e cinco mil reais), conforme previsto no art. 96, caput, da Lei nº 14.133/2021.

4. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

4.1. Atestado(s) de capacidade técnica emitido por entidade pública ou privada que comprove a execução de serviços similares ao objeto licitado;

4.2. Execução de serviços compatíveis com pelo menos 50% do objeto da licitação;

4.3. Cópia do certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei nº 12.232/2010, art. 4º e seu § 1º, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou expedida por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agência de propaganda

5. DISPOSIÇÕES FINAIS

5.1. O atendimento integral a todas as condições estabelecidas neste documento é essencial para a participação no certame. O não cumprimento de qualquer requisito resultará na desclassificação da licitante. Quaisquer dúvidas ou pedidos de esclarecimento devem ser direcionados à Comissão Permanente de Licitação dentro dos prazos previstos no edital.

Amparo, 16 de abril de 2025.

LUIZ ANTONIO PAOLILLO CRESCENZO

Secretário Municipal de Comunicação Social