

**EDITAL DE ABERTURA
CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº001/2025
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº1159 /2025**

A **PREFEITURA MUNICIPAL DE SALTO DE PIRAPORA**, torna público aos interessados que realizará **CONCORRÊNCIA PRESENCIAL** do tipo **Técnica e Preço**, para **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE MUNICIPAL PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA**, segundo disposições da legislação vigente, em especial a Lei nº 12.232/2010 e, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965 e nº 14.133/2021. Aplicam-se também a esta concorrência o **Decreto Municipal nº 7.124/2023**, disponível no endereço <https://www.saltodepirapora.sp.gov.br/> e as disposições deste Edital e seus anexos.

Os **envelopes nº 01, 02, 03 e 04**, respectivamente contendo o Plano de Comunicação Publicitária (via não identificada), o Plano de Comunicação Publicitária (via identificada), Proposta Técnica e Proposta de Preços, deverão ser apresentados para protocolo no setor de LICITAÇÃO E COMPRAS, localizado no Paço Municipal, sito à Rua Lydia David Haddad, nº 150, Salto de Pirapora/SP, até às **08h30 do dia 04/07/2025, para abertura às 09h00** do mesmo dia, nos termos do procedimento indicado neste Edital.

O protocolo não ensejará em qualquer marcação no envelope 01 (via não identificada).

Os documentos de habilitação (**envelope nº 05**) serão apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, nos termos do inciso XI do art. 11 da Lei 12.232/2010 e item 11.5 deste Edital.

O **envelope nº 01**, destinado à apresentação da **via não identificada** do plano de comunicação publicitária será padronizado e **fornecido previamente pela Prefeitura - setor de Licitação, sem nenhum tipo de identificação.**

1. OBJETO

1.1. A presente licitação tem por objeto a **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE MUNICIPAL PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA** que compreende o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias de utilidade pública e institucional da **PREFEITURA MUNICIPAL DE SALTO DE PIRAPORA**, denominada no presente como **MUNICIPIO**.

1.1.1. Integram o objeto desta Concorrência como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;
- b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
- c) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada.

1.1.2. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 1.1.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Prefeitura de Salto de Pirapora, o público-alvo e os veículos de comunicação e divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.1.3. As publicações de atos oficiais e documentação não fazem parte do objeto desta licitação.

1.2. Para a prestação dos serviços será contratada uma agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante ou contratada.

1.2.1. A agência **não poderá subcontratar outra agência de propaganda** para a execução de serviços previstos no subitem 1.1 deste Edital.

1.2.2. A agência atuará por conta e ordem do Município, através de seus gestores designados, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados previamente cadastrados pela municipalidade para a execução das atividades complementares a que se refere o subitem 1.1 e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão das mensagens publicitárias (Art. 3º da Lei nº 4.680/65 c/c ao Art. 2º e Art. 14 da Lei nº 12.232/10).

2. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

2.1. Poderá participar desta concorrência a agência de propaganda que atender às condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos.

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

2.2.1. que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com a Administração Pública direta e indireta do município de Salto de Pirapora/SP;

2.2.2. cuja falência tenha sido decretada;

2.2.3. que tenha sido considerada inidônea, pela Administração Pública Federal, estadual ou municipal;

2.2.4. estrangeira que não funcione no País;

2.2.5. cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com o Município;

2.2.6. que se enquadre nas vedações do art. 14 da Lei nº 14.133/2021;

2.2.7. que estejam reunidas em consórcio;

2.2.8. entidades do terceiro setor, sem fins lucrativos, atuando nessa condição.

2.3. A participação na presente licitação implica, tacitamente, para a licitante:

- a) a confirmação de que recebeu da Comissão de Contratação o ENVELOPE Nº 01, conforme previsto no preâmbulo do Edital e as informações necessárias ao cumprimento deste Edital;
- b) a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos;
- c) a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor, e
- d) a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

2.4. A licitante assume todos os custos de preparação e apresentação dos Documentos de Habilitação

e Propostas exigidos nesta licitação, ressalvado que o MUNICIPIO não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

3. DO CREDENCIAMENTO

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

3.1.1. Os documentos mencionados no subitem 3.1 deverão ser apresentados fora dos invólucros que contêm as Propostas Técnica e de Preços e comporão os autos do processo licitatório.

3.1.2. Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original para permitir que a Comissão de Contratação ateste sua autenticidade.

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

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

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

4. DA APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS E DAS PROPOSTAS

4.1. O Plano de Comunicação (via não identificada e identificada), Proposta Técnica, Proposta de Preços e Documento de Habilitação deverão ser apresentados em envelopes distintos e separados, na forma a seguir discriminadas:

ENVELOPE Nº 1
PLANO DE COMUNICAÇÃO – VIA NÃO IDENTIFICADA
(O envelope será fornecido PELO MUNICIPIO)

ENVELOPE Nº 2
PLANO DE COMUNICAÇÃO – VIA IDENTIFICADA
CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº001/2025
RAZÃO SOCIAL E CNPJ

ENVELOPE Nº 3
PROPOSTA TÉCNICA
CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº001/2025

RAZÃO SOCIAL E CNPJ

ENVELOPE Nº 4
PROPOSTA DE PREÇOS
CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº001/2025
RAZÃO SOCIAL E CNPJ

ENVELOPE Nº 5
DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº001/2025
RAZÃO SOCIAL E CNPJ

4.1.1. Será DESCLASSIFICADA a licitante que:

- a) apresentar no **envelope nº 01** (correspondente da Via não Identificada do Plano de Comunicação), ou no conteúdo do envelope, qualquer marca, sinal ou palavra que possibilite identificar a licitante, antes da abertura do **envelope nº 02**;
- b) apresentar no **envelope nº 3**, por aposição no envelope ou por meio dos documentos neles contidos, qualquer informação, marca, sinal ou etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do plano de comunicação publicitária, em qualquer momento anterior à abertura do **envelope nº 2**.

4.1.2. O Envelope nº 2 – Plano de Comunicação – Via Identificada deverá apresentar o mesmo teor do Envelope nº 01, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.

4.2. A licitante deverá elaborar seu Plano de Comunicação publicitária, estruturada de acordo com os quesitos:

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

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

- a) formatação realizada conforme este edital.
- b) elaboração em 02 (duas) vias, quais sejam: **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada** - não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite, por si só, a identificação de sua autoria antes da abertura do envelope nº 2 e **Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada** - deverá constituir-se em exemplar com o mesmo conteúdo da Via Não Identificada – sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa, devendo conter a identificação da licitante, assim como data e assinatura na última página e rubrica nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.

4.2.2. Raciocínio Básico é um quesito que deverá ser desenvolvido por meio de texto que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do MUNICÍPIO, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no briefing.

4.2.3. Estratégia de Comunicação Publicitária é um quesito que deverá ser desenvolvido por meio de texto no qual a licitante apresentará e defenderá as linhas gerais de sua proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os resultados e metas de comunicação relacionados a esse desafio expressos no briefing, conforme Anexo I.

4.2.4. Ideia Criativa é um quesito por meio do qual a licitante apresentará proposta de campanha publicitária para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária, conforme Anexo I.

Os exemplos de peças, deverão ser entregues em CD/DVD OU PENDRIVE, de acordo com os seguintes arquivos:

- b1)** roteiros, arquivo doc;
- b2)** layout (peças off-line), arquivo digital jpg 300dpi;
- b3)** layout (internet), arquivo flash (SWS) e/ou HTML;
- b4)** monstro do story-board, arquivo AVI;
- b5)** monstro de “spot” de rádio, MP3.

4.2.4.1. Todas as peças e ou material que compõem a campanha deverão ser listados em uma relação na qual, a critério da licitante, poderão ser inseridos comentários circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que deles se pode esperar.

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

4.2.5. Estratégia de Mídia e Não Mídia é um quesito em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, conforme Anexo I.

4.2.5.1. Para **formatação do plano de comunicação publicitária** a licitante deverá observar 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, 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;

4.2.5.2. Na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação.

4.2.5.3. Os elementos que compõem o conteúdo do envelope nº 1 deverão estar soltos em seu interior. Serão organizados pela Comissão de Contratação na Sessão Pública de abertura da licitação.

4.3. O envelope nº 03 – Proposta Técnica deverá conter as informações integrantes da proposta técnica da licitante, destinadas a avaliar os quesitos de capacidade de atendimento, repertório e relatos de soluções de problemas de comunicação.

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

- a) A relação nominal dos seus principais clientes na data da apresentação das Propostas, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) A quantificação e a qualificação dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas;
- b1) A qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais.
- b2) Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia da SECRETARIA DE GOVERNO, na pessoa de seu gestor e fiscais.
- c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato.
- d) A sistemática de atendimento e os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- e) As informações de marketing e comunicação, as pesquisas de audiência e a auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição das Contratantes, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

4.3.2. O 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 do licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado observadas as demais informações constantes do Anexo I.

4.3.3. O 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 do licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado observadas as demais informações constantes do Anexo I.

5. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

5.1. A Proposta de Preço deverá ser elaborada conforme modelo constante do **Anexo II**, informando:

- 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) remuneração sobre o valor da mídia digital contratada por intermédio da agência, quando o veículo não remunere está com o desconto de agência;
- e) percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de Custo Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo SINAPRO, a ser concedido pela agência à Prefeitura de Salto de Pirapora.

5.2. A proposta também deve consignar, sem estar sujeita à pontuação, os percentuais máximos a serem pagos pela Prefeitura de Salto de Pirapora:

a) 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.

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

5.3. Deverá acompanhar a proposta:

a) Declaração na qual a licitante estabelece o compromisso de obter junto a terceiros fornecedores e veículos dos diversos meios existentes, os melhores descontos sobre tabelas, praticados no mercado em cada ocasião, considerando-se investimentos de igual expressão, nos meios TV, jornal, revista, rádio e mídia externa de utilização rotineira no âmbito estadual;

b) Declaração com compromisso de cessão total e definitiva, irrevogável e irretratável, dos direitos autorais e patrimoniais do uso das ideias, peças, campanhas e demais materiais de publicidade, comunicação e *marketing* de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional, mesmo após a vigência do contrato.

5.4. Deverão estar consignados na proposta a denominação, o CNPJ, o endereço completo e o número de telefone da licitante, bem como número desta LICITAÇÃO e data.

5.5. Ocorrendo discordância entre os valores numéricos e por extenso prevalecerá este último.

5.6. Nos preços estipulados deverão estar incluídos todos os custos materiais, encargos, direitos autorais, impostos e taxas, mesmo não especificados e que sejam necessários ao fiel cumprimento do objeto lícitado.

5.7. A Proposta de Preço poderá adotar o modelo sugerido e deverá ser:

a) datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.

b) firme e precisa, sem propostas alternativas ou condicionadas que induzam o julgamento a ter mais de um resultado.

c) Ter prazo de validade mínima de 90 (noventa) dias, contados a partir da data para abertura dos envelopes, podendo ser prorrogado por acordo das partes.

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

5.8.1. A classificação das Propostas de preço observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, sendo considerada como a de menor preço aquela que receber maior pontuação, referente ao percentual de honorários.

6. DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO (ENVELOPE nº 5)

6.1. Os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelas licitantes classificadas no julgamento final das propostas, nos termos do artigo 6º, inciso I, c/c o artigo 11, inciso XI, da Lei nº12.232/2010. Os documentos necessários à Habilitação deverão ser apresentados em original ou por qualquer processo de cópia autenticada por cartório competente.

6.1.1. HABILITAÇÃO JURÍDICA (art. 66 da Lei 14.133/2021):

- a) Registro empresarial na Junta Comercial, no caso de empresário individual (ou cédula de identidade em se tratando de pessoa física não empresária);
- b) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado na Junta Comercial, tratando-se de sociedade empresária;
- c) Documentos de eleição ou designação dos atuais administradores, tratando-se de sociedade empresária;
- d) Ato constitutivo devidamente registrado no Registro Civil de Pessoas Jurídicas tratando-se de sociedade não empresária, acompanhado de prova da diretoria em exercício;
- e) Decreto de autorização, tratando-se de sociedade estrangeira no país, e ato de registro ou autorização para funcionamento, expedidos por órgão competente, quando a atividade assim o exigir;

6.1.2. HABILITAÇÃO FISCAL E TRABALHISTA (art. 68 da Lei 14.133/2021)

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda (CNPJ);
- b) Prova de inscrição no **Cadastro de Contribuintes** Estadual e/ou Municipal, relativa à sede ou ao domicílio do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto do certame;
- c) Prova de regularidade de débito com a Fazenda Federal relativa a **Tributos Federais (inclusive às contribuições sociais) e à Dívida Ativa da União;**
- d) Prova de regularidade de débito com a Fazenda Estadual, mediante apresentação de certidão negativa (ou positiva com efeito de negativa) de **tributos inscritos e não inscritos** em Dívida Ativa expedida no local da sede da licitante;
- e) Prova de regularidade para com a Fazenda Municipal, mediante apresentação de certidão negativa (ou positiva com efeito de negativa) de **tributos mobiliários e incidentes sobre o objeto** desta licitação expedida no local da sede da licitante;
- f) Prova de regularidade perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS) e
- g) Prova de regularidade perante a Justiça do Trabalho mediante certidão negativa de débitos trabalhistas (CNDT) ou positiva de débitos trabalhistas com efeito de negativa.

6.1.3. HABILITAÇÃO TÉCNICA (art. 67 da Lei 14.133/2021)

- a) Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível com o objeto desta licitação, mediante a apresentação de atestado(s) expedido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, que comprove o disposto no art. 2º e no seu parágrafo 1º, incisos I e II, da Lei 12.232/10, bem com o parágrafo 5º. do artigo 67 da lei 14.133/21.
- b) CERTIFICADO DE QUALIFICAÇÃO TÉCNICA DE FUNCIONAMENTO de que trata a Lei nº 12.232/2010, artigo 4º e seu parágrafo primeiro, obtido perante o Fórum de Autorregulação do Mercado Publicitário Executivo das Normas como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda ou entidade equivalente.

6.1.4. HABILITAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA (art. 69 da Lei 14.133/2021)

- a) certidão negativa de feitos sobre falência expedida pelo distribuidor da sede do licitante;
 - a1) caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos, antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação.
- b) prova de Capital Social mínimo equivalente a 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação, ou seja, de R\$ 200.000,00 devendo a comprovação ser feita relativamente à data da apresentação da proposta, na forma da lei (artigo 69, parágrafo 4º da Lei 14.133/21).

6.1.5. DOCUMENTAÇÃO COMPLEMENTAR

Declaração subscrita pelo representante legal do licitante, conforme modelo Anexo IV, elaborada em papel timbrado, atestando que:

- a) atende aos requisitos de habilitação definidos no instrumento convocatório, e que responderá pela veracidade das informações prestadas, na forma da lei (art. 63, I da Lei nº 14.133/2021);
- b) 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 (art. 63, IV da Lei nº 14.133/2021);
- c) 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 (art. 63, §1º da Lei nº 14.133/2021);
- d) não emprega menor de 18 anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 anos, salvo menor, a partir de 14 anos, na condição de aprendiz, nos termos do art. 7º, XXXIII, da Constituição Federal (art. 68, VI da Lei nº 14.133/2021)
- e) não possui empregados executando trabalho degradante ou forçado, observando o disposto nos incisos III e IV do art. 1º e no inciso III do art. 5º da Constituição Federal;
- f) 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
- g) está ciente da obrigação de manter o endereço da empresa atualizado junto ao órgão promotor da licitação, e de que as notificações e comunicações formais decorrentes da execução do contrato serão efetuadas no endereço que constar em seu preâmbulo. Caso a empresa não seja encontrada, será notificada pelo Diário Oficial do Município acessível em www.saltodepirapora.sp.gov.br
- h) no caso de microempresas ou empresas de pequeno porte: a empresa não possui qualquer dos impedimentos previstos nos §§ 4º e seguintes todos do artigo 3º da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, e alterações, assim como §§ 1º a 4º do art. 4º da Lei 14.133/2021, cujos termos declara conhecer na íntegra
- i) não se enquadra em nenhuma das restrições de participação, conforme art. 14 da Lei nº 14.133/2021 e item 2.2 do edital;
- j) está ciente sobre a observação das disposições da Lei Federal nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais), e alterações, quando do tratamento de dados pessoais e dados pessoais sensíveis a que tenha acesso, para execução e acompanhamento do Contrato, não podendo divulgar, revelar, produzir, utilizar ou deles dar conhecimento a terceiros estranhos a esta contratação, a não ser por força de obrigação legal ou regulatória.

6.1.6. A comprovação de regularidade fiscal das microempresas e empresas de pequeno porte somente será exigida quando da contratação, nos termos da legislação vigente.

6.1.6.1. Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal ou trabalhista, será assegurado o prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da data da publicação do resultado do certame, prorrogáveis por igual período, a critério da comissão de contratação, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa.

6.1.6.2. O prazo assegurado no subitem 6.1.6.1 terá como termo inicial o momento em que o proponente for declarado vencedor do certame, podendo ser prorrogado por igual período, a critério da Administração.

6.1.6.3. A não regularização da documentação no prazo previsto no subitem 6.1.6.1 implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no artigo 155 da Lei Federal no 14.133/2021, sendo facultado à Administração convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, ou revogar a licitação.

6.2. Todos os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, os documentos deverão

estar com o número do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

7. DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

7.1. As **Propostas Técnicas** serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus Anexos.

7.1.1. As propostas técnicas, composta de Plano de Comunicação Publicitária e de documentos relativos à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, nos termos do §1º do art. 10 da Lei 12.232/2010.

7.2. O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de **TÉCNICA E PREÇO**, nos termos do art. 5º da Lei 12.232/2010 e dos arts. 36 e 37 da Lei 14.133/2021, sendo estabelecido o peso **0,70** para a Proposta Técnica e peso **0,30** para a Proposta de Preço¹.

7.3. Serão levados em conta pela **Subcomissão Técnica**, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, conforme Anexo I:

QUESITOS/SUBQUESITOS	PONTOS
Plano de Comunicação Publicitária, sendo:	65
Raciocínio Básico	(10 pontos)
Estratégia de Comunicação Publicitária	(20 pontos)
Ideia Criativa	(20 pontos)
Estratégia de Mídia e Não Mídia	(15 pontos)
Capacidade de Atendimento	15
Repertório	10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10
Total	100

7.4. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos.

7.5. Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e subquesitos, de acordo com a pontuação máxima, prevista no subitem 7.3, obedecidos intervalos de 0,5 (meio) ponto.

7.6. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos a ele pelos membros da Subcomissão Técnica.

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

¹ TC-011554.989.22-8

7.8. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação dos quesitos, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, a qual será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

7.8.1. Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposição deste edital, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do envelope nº 02.

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

7.10. Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação na soma das notas dos quesitos.

7.11. Será **desclassificada** a Proposta que:

- a)** não atender às exigências do presente Edital e de seus Anexos;
- b)** **tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas.**

7.12 Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as maiores notas.

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

7.14. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão ou em ato público marcado pela Comissão, para o qual serão convidadas todas as licitantes.

8. DO JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

8.1. Serão avaliadas e valoradas as propostas segundo os critérios abaixo:

- 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 de 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, fixados nos limites estabelecidos em Edital.

PONTOS	DESCONTO SOBRE A TABELA DE CUSTO INTERNOS
20	De 90% ou mais
15	De 80% a 89%
12	De 70% a 79%
10	De 50% a 69%

8.2. Se houver empate na proposta financeira, será assegurado o exercício do direito de preferência às microempresas e empresas de pequeno porte, nos seguintes termos (LC nº 123, art. 44, caput);

8.2.1. Entende-se por **empate** aquelas situações em que os preços apresentados pelas microempresas e empresas de pequeno porte sejam iguais ou até 10% (dez por cento) superiores à proposta financeira mais bem classificada (LC nº 123, art. 44, § 1º);

8.2.2. A microempresa ou empresa de pequeno porte cuja proposta financeira for mais bem classificada poderá apresentar proposta de preço inferior àquela mais bem classificada no certame, situação em que será considerada para efeitos da obtenção da Nota Final;

8.2.3. Para tanto, será convocada para exercer seu direito de preferência e apresentar nova proposta financeira no prazo máximo de **01 (um) dia útil** após a notificação formal da classificação provisória;

8.2.4. A nova proposta deverá ser apresentada no formato exigível no item 8 deste edital, inserida em envelope fechado.

8.2.5. Se houver equivalência dos valores apresentados pelas microempresas e empresas de pequeno porte que se encontrem no intervalo estabelecido no subitem 8.2.1 será realizado sorteio entre elas para que se identifique aquela que primeiro poderá exercer a preferência e apresentar melhor oferta (LC nº 123, art. 45, inc. III);

8.2.6. Caso a microempresa ou empresa de pequeno porte mais bem classificada não exercer seu direito de cobertura da proposta de menor valor, serão convocadas as remanescentes que se enquadrarem no limite disposto no item 8.2.1, na ordem classificatória da proposta financeira, para o exercício do mesmo direito (LC nº 123, art. 45, inc. II);

8.2.7. O exercício do direito de preferência somente será aplicado quando a proposta financeira mais bem classificada não tiver sido apresentada por microempresa ou empresa de pequeno porte;

8.2.8. Uma vez exercido o direito de preferência às microempresas e empresas de pequeno porte, observados os limites e a forma estabelecidos neste edital, não sendo apresentada por elas proposta de preço inferior, o objeto licitado será adjudicado em favor da proposta originalmente vencedora do certame (LC nº 123, art. 45, § 1º);

8.3. Serão consideradas as melhores propostas comerciais (De preços) aquelas que atingirem as maiores pontuações através da fórmula abaixo:

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

Sendo:

NFPP = Nota final da Proposta Comercial (de preços)

D1= Pontuação aplicada ao percentual sobre honorários de produção externa (item a);

D2= Pontuação aplicada ao percentual de honorários sobre pesquisa e instrumentos de avaliação (item b);

D3= Pontuação aplicada ao percentual de honorários sobre formas inovadoras de comunicação (item c);

D4= Pontuação aplicada ao percentual de remuneração sobre mídia digital sem desconto de agência (item d);

D5= Pontuação aplicada ao desconto sobre a Tabela de Custos Internos do SINAPRO (item e).

8.4. JULGAMENTO DAS MELHORES PROPOSTAS, APLICANDO-SE A MÉDIA PONDERADA ENTRE A MELHOR PROPOSTA TÉCNICA E A MELHOR PROPOSTA DE PREÇOS

8.4.1. A Pontuação Final será obtida através da fórmula abaixo, conforme previsto no §2º do art. 36 da Lei nº 14.133/2021:

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

Sendo:

PF = Pontuação final

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica

NFPP = Pontuação relativa à proposta comercial (de preços)

8.4.2. Após a utilização do critério de desempate previsto no Anexo I, persistindo o empate, a decisão se fará através de sorteio.

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

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

8.4.2.3. Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas, a licitante mais bem classificada no julgamento final, com a aplicação da média ponderada, entre as Propostas Técnicas e de Preços, observado o disposto no subitem quesito 8.3.

9. DO EXAME DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

9.1. A Comissão de Contratação examinará os Documentos de Habilitação julgará habilitada a licitante vencedora na proposta técnica e de preços que atender integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos.

9.2. À Comissão de Contratação caberá julgar sobre a suficiência de documentos e informações apresentadas, podendo a seu exclusivo critério, solicitar esclarecimentos complementares que possibilitem melhor avaliação dos documentos de habilitação.

10. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

10.1. As propostas técnicas (conteúdo dos envelopes nº 01 e 03) serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, constituída por 03 (três) membros titulares, devidamente qualificados, em cumprimento à Lei Federal nº 12.232/2010, conforme sorteio realizado previamente em procedimento auxiliar.

11. DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

11.1. Serão realizadas reuniões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação em vigor.

11.1.1. Serão lavradas atas circunstanciadas de todas as reuniões, as quais serão assinadas pelos membros da Comissão de Contratação, conforme o caso, e pelos representantes das licitantes presentes.

11.1.2. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no **item 3** deste Edital.

11.1.3. A Comissão de Contratação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão, solicitar esclarecimentos complementares a qualquer proponente, que serão formulados por escrito e deverão ser respondidos na mesma forma, sendo concedido prazo para tal providência.

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

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

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no **item 3**;
- b) receber os **ENVELOPES nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4**;
- c) conferir se os **ENVELOPES nº 1** apresentam em sua parte externa alguma menção que identifique a empresa licitante, ocorrência que impedirá a Comissão de Contratação de receber todos os seus envelopes;
- d) rubricar no fecho, SEM ABRIR, os envelopes nº 02 e nº 04, que permanecerão fechados em poder da Comissão de Contratação;
- e) abrir os **ENVELOPES nº 1 e nº 3, sem lançar** nenhum código, sinal ou marca no envelope padronizado nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

11.2.1. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos envelopes com as Propostas Técnicas e de Preços, conforme parágrafo 1º, do artigo 11, da Lei nº 12.232/2010.

11.2.2. Os envelopes padronizados com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária só serão recebidos pela Comissão de Contratação se não apresentarem marca, sinal, etiqueta, dobradura ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante ou, ainda, se não estiverem danificados ou deformados.

11.2.3. A Comissão de Contratação e todos os licitantes presentes NÃO lançarão nenhum código, sinal ou marca nos envelopes padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

11.2.4. O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:

- a) abertura do **ENVELOPE nº 1**, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, e do **ENVELOPE nº 3**, com a Capacidade de Atendimento e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
- b) encaminhamento dos **ENVELOPES nº 1**, com as vias não identificadas dos Planos de Comunicação Publicitária à Subcomissão Técnica;

- c) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos Planos de Comunicação Publicitária, elaboração da ata de julgamento e encaminhamento à Comissão de Contratação das propostas, da planilha com as pontuações e da justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;
- d) encaminhamento dos **ENVELOPES nº 3** com a Capacidade de Atendimento e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação à Subcomissão Técnica;
- e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, elaboração da ata de julgamento e encaminhamento à Comissão de Contratação das propostas e da justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

11.3. A segunda sessão pública será para apuração do resultado geral das propostas técnicas (conteúdo envelope nº 01 e 03), com os seguintes procedimentos:

- a) identificação dos representantes dos licitantes presentes;
- b) abertura dos envelopes com a via identificada (**ENVELOPE nº 2**) do Plano de Comunicação Publicitária;
- c) cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do plano de comunicação publicitária, para identificação de sua autoria;
- d) elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica;
- e) proclamação do resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação.

11.3.1. Será publicado o resultado do julgamento das Propostas Técnicas (conteúdo envelope nº 01 e 03) com a indicação das proponentes desclassificadas e das classificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se o prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso, a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata nos termos do art. 165 da Lei 14.133/2021.

11.3.2. Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 03 (três) dias úteis.

11.3.3. O recurso será dirigido a Comissão de Contratação ou à autoridade que proferiu a decisão recorrida, que poderão reconsiderar sua decisão no prazo de 3 (três) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, encaminhar recurso para a autoridade superior, a qual deverá proferir sua decisão no prazo de 10 (dez) dias úteis, contado do recebimento dos autos.

11.3.4. Os recursos poderão ser protocolizados na sede da Prefeitura de Salto de Pirapora ou encaminhados pelo seguinte e-mail: **licitacao@saltodepirapora.sp.gov.br**.

11.4. Não havendo interposição de recurso, ou havida a sua desistência ou, ainda, julgados os recursos interpostos, serão marcados data, hora e local da **terceira sessão pública**, com a seguinte pauta básica:

- a) identificação dos representantes das licitantes presentes;
- b) abertura do **ENVELOPE nº 4**, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes;
- c) exame do cumprimento, pelas licitantes, das exigências fixadas neste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgamento;
- d) identificação da proposta de menor preço e conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes.

11.4.1. Será publicado o resultado do julgamento da **Proposta de Preço** com a indicação da ordem de classificação organizada pelo nome dos licitantes, abrindo-se o prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 165 da Lei 14.133/2021 e 11.3.1 deste edital.

11.5. Não havendo recurso, ou havido a sua desistência ou, ainda, julgados os recursos interpostos, serão marcados data, hora e local da **quarta sessão pública**, com a seguinte pauta básica:

- a) identificação dos representantes das licitantes;
- b) recebimento e abertura do **ENVELOPE nº 5**, exclusivamente do licitante melhor classificado, cujos documentos de habilitação serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes;
- c) exame do cumprimento, pela licitante, da exigência fixada neste Edital quanto a habilitação e declaração de vencedora a empresa melhor classificada nas etapas anteriores.

11.5.1. Será **publicado o resultado da habilitação**, com a indicação da proponente, abrindo-se o prazo de **3 (três) dias úteis para interposição de recurso**, conforme disposto no art. 165 da Lei 14.133/2021 e 11.3.1 deste edital.

11.5.2. Não havendo interposição de recurso, ou havido a sua desistência ou, ainda, julgados os recursos interpostos, a Comissão de Contratação encaminhará os autos a autoridade superior para adjudicação do objeto e homologação desta Concorrência.

11.5.3. Os envelopes das licitantes inabilitadas ou desclassificadas ficarão à disposição das interessadas por **30 (trinta) dias**, contados do encerramento da licitação.

11.5.3.1. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, será providenciado sua destruição.

12. DA DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

12.1. A critério da Comissão de Contratação, todas as decisões referentes a esta Concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Portal Nacional de Contratações Públicas é obrigatória:

- a) nas reuniões de abertura de envelopes;
- b) no Diário Oficial do Município;
- c) por e-mail que permita aviso de recebimento da comunicação pelas licitantes.

13. DA IMPUGNAÇÃO AO EDITAL E DO PEDIDO DE ESCLARECIMENTO

13.1. Qualquer pessoa é parte legítima para impugnar este Edital por irregularidade na aplicação da Lei nº 14.133/2021, devendo protocolar o pedido até **3 (três) dias úteis** antes da data da abertura do certame.

13.2. A impugnação e o pedido de esclarecimento poderão ser realizados por forma eletrônica pelo e-mail indicado no quadro constante no preâmbulo deste edital.

13.3. A resposta à impugnação ou ao pedido de esclarecimento será divulgado no sítio eletrônico oficial do órgão promotor da licitação, no prazo de até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame.

13.4. As impugnações e pedidos de esclarecimentos não suspendem os prazos previstos no certame.

13.5. Acolhida a impugnação, será definida e publicada nova data para a realização do certame.

14. DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

14.1. Os recursos admissíveis quanto ao processamento e julgamento desta licitação acham-se previstos no artigo 165 da Lei 14.133/2021.

14.2. O prazo de **3 (três) dias úteis** para apresentação das razões recursais será iniciado na data de intimação ou de lavratura da ata;

14.2.1. O prazo para apresentação de contrarrazões ao recurso pelos demais licitantes será de **3 (três) dias úteis**, contados da data da divulgação da interposição do recurso, assegurada a vista imediata dos elementos indispensáveis à defesa de seus interesses.

14.3. Os recursos interpostos fora do prazo não serão conhecidos.

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

14.5. O acolhimento do recurso invalida tão somente os atos insuscetíveis de aproveitamento.

15. DA CONTRATAÇÃO

15.1. A proponente vencedora será convocada para, no prazo de **05 (cinco) dias úteis**, assinar o contrato correspondente.

15.1.1. O contrato será formalizado levando em consideração a minuta e demais condições deste Edital.

15.2. O prazo de convocação para assinatura do contrato poderá ser prorrogado uma única vez, por igual período, quando solicitado durante o seu transcurso pela parte, e desde que ocorra motivo justificado e aceito pela Administração.

15.3. Em até **10 (dez) dias úteis** a contar da assinatura do contrato, o contratado deverá apresentar comprovante de prestação de garantia de execução, nos moldes do art. 96 da Lei nº 14.133/2021, em valor correspondente a 5% do valor do contrato.

15.4. Quando o convocado ou seu representante legal não assinar o contrato, poderá O Município convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para fazê-lo nos termos do art. 90 da Lei 14.133/2021.

15.4.1. O não atendimento à convocação ou a recusa do proponente em assinar o contrato no prazo estipulado, implicará descumprimento da obrigação, sujeitando-se o adjudicatário às sanções previstas no **item 21** deste Edital.

16. DO PRAZO CONTRATUAL E DO REAJUSTE

16.1. A vigência do contrato será pelo **prazo de 12 (doze) meses**, contado a partir da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado nos termos do art. 106 e 107 da Lei 14.133/2021.

16.2. Para fins de aplicação de reajuste contratual adotar-se-á o índice **IPCA**.

17. DAS CONDIÇÕES PARA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS

17.1. Todo serviço a ser prestado pela Contratada deverá ser precedido da competente apropriação de custos, a qual, aprovada pelo setor responsável, por meio de autorização de serviços, gerará a expectativa da Contratada a receber respectivos valores.

17.2. A apropriação de custos deverá estar dentro dos parâmetros estabelecidos na Proposta Técnica da Contratada, demonstrados, ainda que em anexo, os preços da média de mercado.

17.3. O valor anual será dividido em vários serviços publicitários, que correrão durante a vigência do contrato, de acordo com a necessidade e a conveniência do Contratante.

17.4. Não caberá qualquer tipo de pagamento à Contratada, caso não tenha havido a solicitação de serviço pelo Contratante.

18. DAS RESPONSABILIDADES E OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

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

18.2. Obriga-se também a Contratada por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Edital e do contrato.

18.3. A Contratada deverá prestar esclarecimentos ao Município, sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que a envolvam, independentemente de solicitação.

18.4. A Contratada só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta licitação, que envolva o nome da PREFEITURA MUNICIPAL DE SALTO DE PIRAPORA, se houver expressa autorização destes órgãos.

18.5. A seu critério, a Contratada poderá utilizar-se de seus representantes em outros Estados ou Municípios para serviços de criação e de produção, ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

18.6. A Contratada obriga-se por si e por sua Equipe Técnica, ao cumprimento de todas as exigências contratuais e à manutenção de completo sigilo sobre os dados e informações fornecidos pela Administração, bem como a não divulgar a terceiros quaisquer informações relacionadas com o objeto contratado, sem a prévia autorização, por escrito, dada pela Administração.

18.7. A Contratada, igualmente, deverá cumprir os dispositivos contratuais e fornecer ao Contratante a legislação, os documentos e informações que lhe forem solicitados no interesse da consecução do objeto contratado, sob pena de assumir, com exclusividade, os riscos decorrentes da demora.

19. DA REMUNERAÇÃO E DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

19.1. A remuneração à **CONTRATADA** será feita consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de Preços.

19.1.1 Fica instituído, também, que na vigência contratual, a **CONTRATADA** fará jus ao desconto padrão de agência e aos honorários sobre produção de terceiros (serviços técnicos complementares), de acordo com as Normas do CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão conforme proposta de preços.

19.2. Os pagamentos serão efetuados em **parcelas mensais**, em até **30 (trinta)** dias do mês subsequente da emissão das Notas Fiscais/Faturas pela Contratada, devidamente atestados pelo **Gestor do Contrato**, e acompanhadas dos seguintes documentos:

- a) CND – Certidão Negativa de Débito Federal (ou positiva com efeitos de negativa);
- b) CRF – Certificado de Regularidade do FGTS;
- c) Autorização (orçamento assinado) pelo gestor do contrato.

19.2.1. Os serviços contratados serão documentados mediante a apresentação de Notas Fiscais/Faturas da Contratada com os valores relativos **unicamente** ao seu serviço, anexando ainda **as faturas dos veículos de divulgação e outros fornecedores**, com os valores dos serviços realizados por estes, sendo feito o pagamento por depósito no valor global (agência + veículos/fornecedores) para a Contratada.

19.2.2. A Contratada não emitirá Nota Fiscal própria com os valores dos serviços globais, mas apenas de sua parte, de acordo com as Normas do CENP.

19.2.2.1. Os demais fornecedores emitirão Notas Fiscais com seus valores que serão apresentadas conjuntamente pela Contratada para a efetuação do pagamento, que repassará, obrigatoriamente, a parte devida aos fornecedores, sendo que nas Notas Fiscais deverão constar o número do contrato.

19.3. Os pagamentos serão efetuados mediante crédito em conta corrente da Contratada.

19.4. Caso venha a ocorrer necessidade de providências complementares por parte da Contratada, a fluência do prazo será interrompida, reiniciando-se sua contagem a partir da data do respectivo cumprimento.

19.5. Todo o serviço a ser prestado pela Contratada será precedido da competente assinatura do orçamento ou pedido de inserção, solicitado pelo gestor do contrato.

20. DA FISCALIZAÇÃO

20.1. O contrato será acompanhado pelo gestor e fiscal do contrato a quem será atribuída as atividades mencionadas no **Decreto Municipal nº 7124/2023**.

20.2. A fiscalização não eximirá ou reduzirá, em nenhuma hipótese, a responsabilidade da Contratada em eventual falta que venha a cometer, mesmo que não indicada pela fiscalização do Contratante.

21. DAS PENALIDADES

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

21.1.1. deixar de entregar a documentação exigida para o certame ou não entregar qualquer documento que tenha sido solicitado pela comissão de contratação durante o certame;

21.1.2. salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado, não mantiver a proposta;

21.1.3. não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta, inclusive quanto a documentação visando a comprovação de regularidade fiscal e trabalhista das micro e pequenas empresas;

21.1.3.1. recusar-se, sem justificativa, a assinar o contrato no prazo estabelecido pela Administração;

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

21.1.5. fraudar a licitação;

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

a) agir em conluio ou em desconformidade com a lei;

b) induzir deliberadamente a erro no julgamento;

c) praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação;

21.1.7. praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846/2013.

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

a) advertência;

b) multa;

c) impedimento de licitar e contratar e

d) declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

21.3. A multa será recolhida em percentual de 0,5% a 30% incidente sobre o valor da proposta do licitante que deu causa a infração, recolhida no prazo máximo de 30 (trinta) dias úteis, a contar da comunicação oficial.

21.3.1. para as infrações previstas nos itens **Erro! Fonte de referência não encontrada., Erro! Fonte de referência não encontrada. e Erro! Fonte de referência não encontrada.**, a multa será de 0,5% a 15%.

21.3.2. para as infrações previstas nos itens **Erro! Fonte de referência não encontrada., Erro! Fonte de referência não encontrada. e Erro! Fonte de referência não encontrada.**, a multa será de 15% a 30%.

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

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

21.6. A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato no prazo estabelecido pela Administração caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida e o sujeitará às penalidades e à imediata perda da garantia de proposta em favor do órgão promotor da licitação, se for o caso.

21.7. A apuração de responsabilidade relacionadas às sanções de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar demandará a instauração de processo de responsabilização nos termos do art. 158 da Lei nº 14.133/2021.

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

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

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

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

22. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

22.1. Os interessados deverão ter pleno conhecimento dos elementos constantes deste Edital, bem como de todas as suas condições gerais e peculiares, e de seus Anexos, não podendo invocar nenhum desconhecimento dos mesmos, como fato impeditivo da apresentação da documentação exigida ou do previsto nas disposições pertinentes à espécie.

22.2. É facultada à Comissão de Contratação ou autoridade superior, em qualquer fase desta Concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente dos Documentos de Habilitação ou das Propostas Técnica e de Preços.

22.3. A Comissão de Contratação poderá, em qualquer fase do processo, se julgar necessário, proceder à visita das instalações e da aparelhagem disponível para a realização dos serviços objeto desta Concorrência.

22.4. Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser desclassificada se o MUNICÍPIO tiver conhecimento de fato desabonador à sua habilitação ou à sua classificação, conhecido após o julgamento.

22.5. Se ocorrer a desclassificação da licitante vencedora por fatos referidos no item anterior, o Município poderá convocar as licitantes remanescentes por ordem de classificação ou revogar esta Concorrência.

22.6. A licitante é responsável pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação.

22.7. Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta

Técnica) deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pela SECRETARIA DE GOVERNO, através de seu gestor e fiscais.

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

22.9. É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 337-I do Código Penal, incluído através da Lei nº 14.133/2021.

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

23.11. Qualquer tentativa de uma licitante influenciar a Comissão de Contratação no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

23.12. Antes da data marcada para o recebimento dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços, a Comissão Contratação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa, em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar este Edital, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

23.13. À PREFEITURA MUNICIPAL DE SALTO DE PIRAPORA reserva-se o direito de, a qualquer tempo, presentes razões de interesse público devidamente justificadas, desistir, revogar, adiar ou homologar parcialmente a licitação, devendo de ofício anulá-la por vícios ou irregularidades constatadas, sem que isso represente direito dos proponentes a qualquer pedido de indenização, reembolso ou compensação de valores.

23.15. As despesas com o contrato resultante desta Concorrência, pelos primeiros 12 (doze) meses estão estimadas em **R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais)**.

23.15.1. O valor dos serviços será orçado pelo licitante a cada campanha, em função dos respectivos custos, obedecendo-se rigorosamente, sob pena de responsabilidade, sua compatibilidade com os preços de mercado, estabelecidos pela Tabela de Custos Referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo (SINAPRO-SP), que segue rigorosamente as Normas Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), obedecidos os descontos ofertados na proposta de preços e deverão ser submetidos à apreciação da **SECRETARIA DE GOVERNO**, que decidirá quanto à sua aprovação;

23.15.2. O valor anual será dividido em vários serviços que ocorrerão durante o ano, de acordo com a necessidade e a conveniência do MUNICÍPIO.

23.15.3. O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2025 está consignado no Orçamento vigente, na seguinte funcional programática:

Unidade Orçamentária	Classificação Funcional Programática	Ficha	FR	Cód. de aplicação	Descrição
01.01.02	04.122.0002-2.004	25	01	110.0000	Manutenção das Atividade da assessoria de imprensa

23.15.4. Os valores consignados no orçamento anual constituem-se em mera previsão dimensionada, não estando o MUNICÍPIO obrigado a realizá-la em sua totalidade, e não cabendo à Contratada o direito de pleitear qualquer tipo de reparação ou compensação pelo não uso total da verba.

23.15.5. Se a Contratada optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado, consignará nos próximos exercícios em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

23.15.6. A Contratada se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

23.16. Fazem parte integrante deste Edital:

Anexo I – Termo de Referência e *Briefing*

Anexo II – Modelo de Proposta de Preços;

Anexo III – Modelo de Procuração;

Anexo IV – Modelo de Declaração

Anexo V – Minuta de Contrato;

Anexo LC-09 – Termo de Ciência e de Notificação do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo;

Anexo VI – Tabela referencial de custos e serviços internos;

Anexo VII – Declaração de enquadramento ME/EPP.

23.17. Fica eleito o Foro da Comarca de Salto de Pirapora, com renúncia de qualquer outro, por mais privilegiado que seja, para julgar pendências oriundas da presente licitação.

E, para que ninguém alegue ignorância, é o presente Edital publicado resumidamente em jornal de grande circulação, no Diário Oficial do Município e na íntegra no Portal Nacional de Contratações Públicas e no site www.saltodepirapora.sp.gov.br.

Salto de Pirapora - SP, 08 de maio de 2025.

Matheus Marum de Campos
Prefeito Municipal

ANEXO I

TERMO DE REFERÊNCIA E BRIEFING

1. DO OBJETO

1.1. Prestação de serviço de publicidade para atender a demanda do departamento de publicidade oficial da Prefeitura de Salto de Pirapora, conforme condições e exigências estabelecidas no item 1.2.

1.2. Definição/Detalhamento do objeto, conforme especificações técnicas, condições, quantidades e exigências estabelecidas neste instrumento, conforme o disposto no art. 2º da Lei 12.232/2010 abaixo discriminadas:

Item	Descrição do serviço	Unidade de medida	Quantidade	Valor Total de Referência
1	Contratação de Serviços de Publicidade municipal prestados por intermédio de Agência de Propaganda e Publicidade	Serviço (SV)	1	2.000.000,00

1.2.1. Constitui o presente serviço à prestação de serviços de publicidade, por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades integradas e especializadas, nos termos do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, destinadas à elaboração, implementação e acompanhamento de estratégias de comunicação institucional, publicitária e mercadológica da CONTRATANTE.

1.2.2. O objeto desta contratação deverá ser fornecido/executado na forma e condições estabelecidas neste edital e seus Anexos.

1.2.2.1. Objetivo Específico:

a) Os projetos e campanhas compreendem 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.

b) A alínea acima tem o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições e de informar o público em geral.

c) Também integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

I - à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

II - ao planejamento e execução de pesquisas e 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, sobre os resultados das campanhas realizadas e das campanhas em desenvolvimento, relacionados à publicidade institucional, inclusive de utilidade pública da Prefeitura de Salto de Pirapora.

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

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

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

1.3. Utilização do catálogo de padronização:

1.3.1. O órgão adotará catálogo próprio e os produtos não estão padronizados até a presente data, sendo utilizada a especificação técnica contida no sistema interno enquanto o catálogo de padronização está sendo construído gradativamente.

2. DA JUSTIFICATIVA/NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

2.1. A contratação visa atender a necessidade e demanda de serviços de publicidade com o objetivo de comunicar, informar, divulgar, elucidar, alertar, entre outros, a população acerca de políticas públicas e ações governamentais, administrativas, sociais e de temáticas de interesse da comunidade e, também, para o desenvolvimento, criação e produção de outros materiais de publicidade oficial da Prefeitura de Salto de Pirapora.

2.1.1. A Secretaria de Governo, por meio do Setor de Imprensa, tem por finalidade promover a divulgação das ações da administração 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. As ações, programas e projetos da Prefeitura de Salto de Pirapora estão fundamentados em premissas essenciais que visam promover o desenvolvimento tecnológico e sustentável da cidade, o bem-estar da população e garantir a eficiência na gestão dos recursos públicos.

2.3. Neste sentido, os esforços são orientados por premissas fundamentais, entre elas:

I - 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;

II - Gestão moderna e responsável dos recursos que traduz o compromisso com a transparência e o bom uso do dinheiro público e a cobertura das políticas com as oportunidades de emprego, trabalho, renda e cidadania, possibilitando ainda a modernização contínua da administração pública;

III - Promover o desenvolvimento para todos que reflete o esforço 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.

IV - 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.

2.3.1. Este Termo de Referência foi elaborado com base no Estudo Técnico Preliminar, nos termos do artigo 18 da Lei nº 14.133/2021. O ETP encontra-se disponível no processo administrativo correspondente, contendo a fundamentação da demanda, a estimativa de valor e a análise preliminar do mercado.

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 da Administração 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 interna 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 econômico e social é de vital importância para o atingimento das metas estabelecidas.

3. DA DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO E REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

3.1. CONTRATAÇÃO

3.1.1. 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.

3.1.2. A Lei nº 12.232/2010, em seu art. 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.

3.1.3. Os serviços objeto da presente Concorrência 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.

3.1.3.1. A contratação deverá ocorrer conforme descrição técnica nos itens 3.1.3.1.1. e 3.1.3.1.2. da contratação de agência de propaganda, pelo período de 12 (doze) meses.

3.1.3.1.1. Os serviços devem incluir o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.

3.1.3.1.2. Também como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;
- b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
- c) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada.

3.1.3.1.2.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 3.1.3.1.2 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Prefeitura de Salto de Pirapora, o público-alvo e os veículos de comunicação e divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

3.2. Poderão participar desta licitação as empresas interessadas, do ramo de atividade pertinente ao objeto licitado, que tenham atividades disciplinadas pela Lei nº 4.680/65 e obtido o certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do artigo 4º da Lei nº 12.232/10, doravante designadas concorrentes, que atenderem a todas as exigências deste Edital e de seus Anexos, sendo vedada a participação de:

- a) consórcios de empresas, qualquer que seja sua forma de constituição, por não ser necessária a coparticipação de duas ou mais agências em consórcio. A criação e produção publicitária é realizada pela equipe técnica da agência de publicidade, que atua de forma concatenada, desde a concepção da peça/campanha publicitária, mediante o desenvolvimento de planejamento prévio, de pesquisas quanto ao público-alvo, o mercado e os meios de comunicação, não sendo aconselhável que tais serviços sejam desenvolvidos por equipes diferentes das agências em consórcio. Torna-se não só desnecessária, como inconveniente a prestação de tais serviços através de consórcio de agências.
- b) empresas declaradas inidôneas para licitar ou contratar com qualquer órgão ou entidade da Administração Pública Direta ou Indireta Federal, Estadual ou Municipal;
- c) empresas suspensas temporariamente/impedidas de licitar ou contratar com a Administração Pública Direta e/ou Indireta do Município de Salto de Pirapora.
- d) empresas com falência decretada;
- e) empresas das quais participe, seja a que título for, servidor público municipal da Prefeitura de Salto de Pirapora;
- f) empresas cujo objeto social não seja pertinente e compatível com o objeto deste Edital.

3.3. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

QUESITOS	SUBQUESITOS
Plano de Comunicação Publicitária	Raciocínio Básico
Capacidade de Atendimento	Estratégia de Comunicação Publicitária
Repertório	Ideia Criativa
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	Estratégia de Mídia e Não Mídia

3.3.2. 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

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

- Em papel tipo sulfite, A4 com até 90 g/m² branco;
- Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda, capa e contracapa em papel sulfite branco, formato A4, com até 90 g/m²;
- Espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- Títulos, entre títulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- Espaçamento "simples" entre linhas e opcionalmente duplo entre parágrafos, títulos e subtítulos.
- Alinhamento justificado do texto.
- Texto e numeração de páginas em fonte "arial", cor "automático", corpo 12 (doze);
- 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;

3.3.4. 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 subquesitos.

3.3.5. 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 envelope n. 2.

3.3.6. O Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada, composto dos subquesitos 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:

3.3.6.1. **Raciocínio Básico:** apresentação pelo licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Município de Salto de Pirapora 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;

3.3.6.2. **Estratégia de Comunicação Publicitária:** apresentação pelo 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;

3.3.6.3. **Ideia Criativa:** apresentação pelo 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. Essa relação deverá relacionar as peças ou material em dois blocos: o primeiro, com as peças corporificadas, com o limite de 10 peças e o segundo, com as peças não corporificadas, sem limite do número de peças.
- b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar 10 (dez) 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.

3.3.6.4. **Estratégia de Mídia e Não Mídia constituída de:**

- a) apresentação em que o licitante explicitará e 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 o 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\$ 280.000,00 (duzentos e oitenta mil reais).

3.3.6.5. 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;

Nessa simulação:

- Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- 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;
- Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.
- h) para veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços públicas, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação (tais

como mídia programática, trading desks e redes sociais) o licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia, assim como para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos, definindo em sua proposta quais métricas serão utilizadas para atingi-los (ex: cpm, true views, taxa de impressão, geração de leads, custo por alcance, cpc, cpe, custo por visualização de vídeo, custo por curtida, entre outros). Para fins desta licitação, a publicidade em plataformas digitais, a exemplo da programação de publicidade nas redes sociais Facebook, Instagram, X (Twitter), LinkedIn e Youtube, está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação.

3.3.6.6. Os textos, tabelas, gráficos e planilhas que compõem a Estratégia de Mídia e Não Mídia não estão sujeitos a limitação quanto ao número de páginas. Contudo, exclusivamente as planilhas e os gráficos referentes ao Plano de Mídia poderão ser apresentados em papel no formato A3 dobrado, com o objetivo de assegurar melhor visualização e leitura das informações técnicas.

Plano de Comunicação Publicitária Via Identificada

3.3.7. 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:

I ter a identificação do licitante;

II ser datado;

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

Capacidade de Atendimento

3.3.8. 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.

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

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

3.3.8.3. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais o licitante apresentará:

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

b) 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;

c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;

d) a sistemática de atendimento e discriminação dos prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

e) 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.

Repertório

3.3.9. O 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 do licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

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

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

3.3.9.3. O Repertório será constituído de peças e ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pelo licitante. Publicitária via Não Identificada que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do envelope n. 2.

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

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

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

3.3.9.7. 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 do 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.

3.3.9.8. As peças e ou material não podem se referir a trabalhos solicitados e ou aprovados pelo Município de Salto de Pirapora.

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

3.3.10. O 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 do licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

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

3.3.10.2. O licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

O Relato:

I será elaborado pelo licitante, em papel que a identifique;

II deverá ter nome, cargo ou função e assinatura de funcionário do licitante responsável por sua elaboração;

III não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas e ou aprovadas pelo Município de Salto de Pirapora;

IV deverá estar formalmente referendado pelo cliente.

3.3.10.3. 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.

3.3.10.4. As propostas de que trata os subitens 3.4.9. e 3.4.10. devem ter sido implementadas a partir de 01/01/2019.

3.3.10.5. É permitida a inclusão de até 3 (três) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada relato. Se incluídas:

I as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em Pen Drive/Pen Card, podendo integrar o caderno específico previsto no Edital ou ser apresentadas soltas;

II 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;

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

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

3.4. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

3.4.1. A Subcomissão Técnica prevista neste Edital analisará as Propostas Técnicas dos licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

3.4.3. Plano de Comunicação Publicitária, sendo:

3.4.3.1. Raciocínio Básico a acuidade de compreensão:

a) das funções e do papel do Município de Salto de Pirapora nos contextos social, político e econômico;

b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município de Salto de Pirapora com seus públicos;

c) das características do Município de Salto de Pirapora 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 Salto de Pirapora;

f) das necessidades de comunicação do ANUNCIANTE para enfrentar esses desafios ou problemas.

g) do conhecimento específico sobre a cidade de Salto de Pirapora, incluindo aspectos sociais, culturais e geográficos relevantes para a comunicação publicitária.

3.4.3.2. Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do Município de Salto de Pirapora e a seus desafios ou problemas, 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 do Município de Salto de Pirapora com seus públicos;
- d) 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 Salto de Pirapora;
- 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 o Município de Salto de Pirapora, 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.

3.4.3.3 Ideia Criativa

- a) sua adequação aos desafios ou problemas geral e ou específico, de comunicação da Prefeitura do Município de Salto de Pirapora;
- b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pelo licitante;
- c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) o potencial de desdobramento da ideia criativa em diferentes canais e formatos, conforme demonstrado nas peças propostas;
- e) a inovação na combinação de elementos de linguagem, imagem e conteúdo em consonância com o público-alvo e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- g) sua pertinência às atividades da Prefeitura do Município de Salto de Pirapora 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.

3.4.3.4 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 de Salto de Pirapora.
- 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.

3.4.4. Capacidade de Atendimento

- a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
 - b) 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;
 - c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
 - d) a sistemática de atendimento e discriminação dos prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
 - e) 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.
- As informações aqui previstas serão consideradas para análise da capacidade operacional, estrutural e técnica da licitante, nos termos do art. 6º, inciso I, da Lei nº 12.232/2010

3.4.5. Repertório

- a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema que o 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;

3.4.6. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Serão avaliados os seguintes aspectos:

- a) a evidência de planejamento publicitário;
- b) consistência das relações de causa e efeito entre o problema identificado e a solução apresentada;
- c) relevância dos resultados obtidos e demonstrados;
- d) coerência e lógica na exposição das ideias.

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

3.4.11.1. Para efeitos de classificação na fase técnica, somente serão consideradas habilitadas para a fase seguinte as licitantes que obtiverem pontuação técnica total igual ou superior a 60 (sessenta) pontos na Proposta Técnica.

3.4.12. Aos quesitos e subquesitos abaixo serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

QUESITOS/SUBQUESITOS	PONTOS
Plano de Comunicação Publicitária, sendo:	65
Raciocínio Básico	(10 pontos)
Estratégia de Comunicação Publicitária	(20 pontos)
Ideia Criativa	(20 pontos)
Estratégia de Mídia e Não Mídia	(15 pontos)
Capacidade de Atendimento	15
Repertório	10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10
Total	100

3.4.13. A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética das notas atribuídas por cada membro da Subcomissão Técnica.

3.4.13.1. A Subcomissão Técnica deverá reavaliar a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor nota for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima prevista para o respectivo item, com o objetivo de restabelecer o equilíbrio e a coerência na avaliação, observando os critérios objetivos estabelecidos neste Edital.

3.4.13.2. Caso a diferença de notas persista após a reavaliação, os membros da Subcomissão Técnica que atribuíram as pontuações discrepantes deverão elaborar relatório com a devida justificativa técnica, expondo as razões pelas quais mantiveram a nota originalmente atribuída. O relatório será assinado por todos os membros da Subcomissão Técnica e integrará o processo administrativo da licitação.

3.4.14. A pontuação final de cada licitante corresponderá à soma das notas obtidas em cada um dos quesitos da proposta técnica.

3.4.15. Será classificada em primeiro lugar na fase de julgamento da Proposta Técnica a licitante que obtiver a maior pontuação total.

3.4.16. Será desclassificada a Proposta Técnica que:

- a) não atender às exigências deste Edital e de seus anexos;
- b) tentar, por qualquer meio, influenciar os trabalhos da Comissão de Licitação ou da Subcomissão Técnica durante o processo de julgamento das propostas.
- c) apresentar qualquer informação marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2.

3.5. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

3.5.1. As Propostas de Preços dos licitantes classificados no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

3.5.2. Deverá ser apresentada apenas com as informações constantes do ANEXO II - Modelo de Proposta de Preços.

3.5.3. Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade do 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.

3.5.4. As propostas dos licitantes classificados no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

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

- a) honorários sobre produção externa;
- b) honorários sobre pesquisa e avaliação;
- c) honorários sobre formas inovadoras;
- d) remuneração sobre mídia digital sem desconto de agência;
- e) desconto sobre Tabela SINAPRO.

3.5.7. A proposta também deve consignar, sem estar sujeita à pontuação, os percentuais máximos a serem pagos pela Prefeitura de Salto de Pirapora:

3.5.7.1 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. Os percentuais máximos a serem pagos deverão respeitar limites de mercado e os parâmetros definidos pela legislação de direitos autorais e contratos publicitários, não podendo ultrapassar, em regra, 100% do valor original da cessão, salvo justificativa formal aprovada pela Secretaria de Governo.

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

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

3.5.9. Os preços ofertados pelo 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 edital, não cabendo ao órgão contratante custos adicionais.

3.5.9.1. A Classificação 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 de 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, fixados nos limites estabelecidos em Edital.

PONTOS	DESCONTO SOBRE A TABELA DE CUSTO INTERNOS
20	De 90% ou mais
15	De 80% a 89%
12	De 70% a 79%
10	De 50% a 69%

3.5.9.2. A Comissão de Contratação deverá verificar a exequibilidade das propostas econômicas, especialmente quando os percentuais propostos resultarem em preços inexequíveis, nos termos do art. 59, §3º da Lei nº 14.133/2021. A pontuação não poderá ser atribuída a propostas manifestamente inexequíveis ou que comprometam a economicidade e viabilidade da execução contratual.

Não será atribuída pontuação a propostas que apresentem preços manifestamente inexequíveis, nos termos do art. 59, §3º da Lei nº 14.133/2021, com base em estudo técnico e/ou manifestação fundamentada da Comissão de Contratação.

3.5.9.3. As propostas de preços serão pontuadas conforme os percentuais apresentados nos subitens anteriores, sendo consideradas mais vantajosas aquelas que atingirem as maiores pontuações, calculadas com base na seguinte fórmula:

$NFPP = D1 + D2 + D3 + D4 + D5$ onde:

D1= Pontuação aplicada ao percentual sobre honorários de produção externa (item a);

D2= Pontuação aplicada ao percentual de honorários sobre pesquisa e instrumentos de avaliação (item b);

D3= Pontuação aplicada ao percentual de honorários sobre formas inovadoras de comunicação (item c);

D4= Pontuação aplicada ao percentual de remuneração sobre mídia digital sem desconto de agência (item d);

D5= Pontuação aplicada ao desconto sobre a Tabela de Custos Internos do SINAPRO (item e).

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

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

PF = Pontuação final

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica

NFPP= Pontuação relativa à proposta de preço

A adoção da ponderação 70% técnica e 30% preço está em conformidade com o artigo 33, §1º da Lei nº 14.133/2021, sendo justificada pela complexidade e natureza intelectual do objeto contratado, conforme previsão do Estudo Técnico Preliminar.

3.5.9.5. 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.

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

3.5.9.8. Será considerado vencedor, o Licitante mais bem classificado no julgamento final da média ponderada entre as Propostas Técnicas e de Preços.

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

3.5.9.10 Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada conforme disposto nesta cláusula e conforme proposta apresentada:

3.5.9.11. Ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA, com base na Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, com a concessão do desconto de% (.....por cento).

3.5.9.12. Percentual de honorários% (.....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;

3.5.9.13. Percentual de honorários% (.....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;

3.5.9.14. Percentual de honorários% (.....por cento) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material;

3.5.9.15. Percentual de remuneração% (.....por cento) incidente sobre veiculação de mídia digital intermediada pela CONTRATADA, que não proporcione à agência o desconto de agência concedido por veículos de divulgação.

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

3.5.9.17. A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores da Tabela de Custos Internos do SINAPRO-SP versão vigente em Julho de 2024 a Junho de 2025, e os valores a serem cobrados com o desconto ofertado das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo vigente à época, e com os preços correspondentes a serem cobrados da CONTRATANTE, conforme previsto no subitem 3.5.15.1.

3.5.10. Os honorários de que tratam os subitens 3.5.15.2 a 3.5.15.4 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

3.5.11. Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, serão de sua exclusiva responsabilidade.

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

3.5.13. As formas de remuneração estabelecidas nesta Cláusula poderão ser objeto de renegociação consensual entre as partes, mediante justificativa formal, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato, nos termos dos artigos 124, III e 140 da Lei nº 14.133/2021.

3.5.14. Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o artigo 11 da Lei 4.680/65.

3.5.15. Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Proposta de Preços do licitante, cujo modelo constitui o Anexo II do Edital, ressalvado que, nos termos do artigo 59, inciso III da Lei 14.133/21 não será aceito:

a) 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.

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, bem como 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;

c) Percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) 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.

d) Percentual de remuneração superior a 20% (vinte por cento) incidente sobre veiculação

de mídia digital intermediada pelo licitante, que não proporcione à agência o desconto de agência concedido por veículos de divulgação.

e) Nos termos do art. 59, III e §3º da Lei 14.133/2021 desconto inferior a 50% (cinquenta por cento) em relação aos preços previstos na tabela referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo (SINAPRO) versão vigente em Julho de 2024 a Junho de 2025, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pelo licitante;

3.5.16. Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão de Contratação considerará o preço por extenso.

4. DA VIGÊNCIA DA CONTRATAÇÃO

4.1. A presente contratação terá vigência de **12 meses**, contados da data de início estabelecida na Ordem de Serviço, podendo ser **prorrogada nos termos dos artigos 106 e 107 da Lei nº 14.133/2021**.

4.2. Poderão ser realizados acréscimo ou supressões nos termos do art. 125 da Lei 14.133/2021.

5. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO

A contratação de serviços de publicidade pelo Município de Salto de Pirapora está em conformidade com o art. 2º da Lei nº 12.232/2010, que delimita o objeto contratual às atividades de estudo, concepção, execução, intermediação e distribuição de publicidade institucional e promocional. Inclui-se, ainda, a possibilidade de contratação de serviços especializados, como pesquisas de avaliação de campanhas e produção técnica de peças, conforme §§ 1º e 2º do referido artigo, respeitados os limites do art. 3º quanto à pertinência temática.

A contratação será realizada com fundamento na Lei nº 12.232/2010 e observará os princípios, diretrizes e regras da Lei nº 14.133/2021, notadamente quanto ao planejamento da contratação, seleção da proposta mais vantajosa e gestão contratual.

As obrigações da agência serão executadas conforme os seguintes blocos temáticos:

5.1. Execução dos Serviços

I) Executar os serviços diretamente, com seus próprios recursos, operando como organização completa e fornecendo serviços de elevada qualidade.

II) Os serviços deverão ser executados por meio dos profissionais indicados na Proposta Técnica, admitida substituição por profissionais com experiência equivalente ou superior mediante comunicação prévia ao Município.

III) Executar todos os serviços conforme os prazos e especificações estabelecidos pelo Município.

IV) Orientar a produção, impressão e distribuição de peças gráficas com aprovação da Secretaria Municipal de Governo.

5.2. Intermediação e Autorização de Terceiros

V) A agência poderá intermediar contratações de veículos e fornecedores especializados, mediante prévia e expressa autorização da Secretaria Municipal de Governo.

VI) O Município deverá ser previamente identificado na contratação de veículos.

VII) O pagamento a terceiros deverá ocorrer em até 5 (cinco) dias úteis após o recebimento dos valores pelo Município.

VIII) A agência é responsável por administrar e fiscalizar os contratos com terceiros, respondendo pelos efeitos desses acordos.

5.3. Comunicações e Rejeições

IX) Alterações ou cancelamentos deverão ser comunicados tempestivamente à Secretaria, com solução em até 48 horas.

X) Culpa da agência ou terceiros implica revisão proporcional das obrigações contratuais.

5.4. Condições Comerciais e Negociações

XI) Buscar as melhores condições comerciais com veículos e fornecedores.

XII) Transferir ao Município as vantagens obtidas nas negociações, exceto os planos de incentivo conforme art. 18 da Lei 12.232/2010.

XIII) Não priorizar veículos com base em incentivos em detrimento do interesse público.

XIV) Em reutilização de peças, negociar as melhores condições de preço.

5.5. Contratação de Fornecedores

XV) Observar os seguintes critérios para contratação:

a) Cotação prévia, salvo fornecedor exclusivo;

b) Mínimo de três cotações entre fornecedores cadastrados;

c) Justificar por escrito a impossibilidade de obter três cotações.

XVI) As cotações deverão:

a) Ser em papel timbrado com identificação completa do fornecedor;

b) Detalhar produtos e preços unitários e totais;

c) Ser acompanhadas de documentos fiscais compatíveis com o objeto.

XVII) Para serviços acima de 5% do valor contratual, realizar coleta de orçamentos em sessão pública com fiscalização do Município.

XVIII) A prefeitura poderá realizar cotações próprias a qualquer tempo.

5.6. Entregas de Materiais e Relatórios

XIX) Após aprovação dos serviços, encaminhar cópias das peças produzidas em formatos definidos pelo Município.

XX) Disponibilizar informações sobre a mídia utilizada às secretarias.

XXI) Entregar comprovantes de pagamentos realizados a terceiros até o dia 10 do mês subsequente.

XXII) Apresentar, até o dia 10 de cada mês, relatório mensal de despesas e pagamentos, podendo incluir estudos de mídia quando solicitado.

XXIII) Manter portal com informações auditáveis sobre execução contratual, acessível ao Município.

5.7. Responsabilidades Legais e Fiscais

XXIV) Esclarecer eventuais fatos desabonadores, independentemente de solicitação.

XXV) Assumir tributos, taxas, encargos previdenciários, trabalhistas e demais obrigações legais.

XXVI) Responder por recolhimentos indevidos e omissões fiscais.

XXVII) Apresentar comprovantes de regularidade fiscal e trabalhista quando exigido.

XXVIII) Responsabilizar-se por danos causados por seus prepostos.

XXIX) Responder judicialmente por falhas na prestação dos serviços.

XXX) Reembolsar a prefeitura em caso de condenação judicial em decorrência de sua atuação, no prazo de 10 dias úteis após o pagamento.

5.8. Acervo e Vedações

XXXI) Manter acervo probatório dos serviços e peças produzidas por 5 anos após a extinção do contrato.

XXXII) Vedada a subcontratação de outra agência para execução dos serviços contratados.

5.9. Critério de Julgamento da Licitação

A seleção da agência será realizada mediante **concorrência com julgamento por melhor**

técnica e preço, conforme determina o art. 5º da Lei nº 12.232/2010 e a Lei nº 14.133/2021.

6. DOS CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E PAGAMENTO

6.1. Recebida a Nota Fiscal ou documento de cobrança equivalente, deverão ser observadas as seguintes informações mínimas:

Número do contrato, da Autorização de Fornecimento ou empenho;

Número do processo;

Número da licitação;

Descrição detalhada do objeto;

Destaques de impostos ou motivo da isenção/imunidade/não incidência do ISSQN ou IRRF.

6.2. O contratado, durante toda a execução do contrato, deverá manter todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

6.3. A nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente deverá estar obrigatoriamente acompanhada da comprovação da regularidade fiscal, constatada pelo contratante mediante consulta aos sítios eletrônicos oficiais ou à documentação prevista no art. 68 da Lei nº 14.133/2021.

6.3.1. Em caso de irregularidade do contratado, será efetuada sua notificação por escrito, para que, no prazo de 2 (dois) dias úteis, sejam sanadas as respectivas pendências ou, no mesmo prazo, seja apresentada defesa.

6.3.2. Não havendo regularização ou sendo a defesa considerada improcedente, o contratante deverá comunicar à equipe de fiscalização quanto à inadimplência do contratado, bem como quanto à existência de pagamento pendente, para que sejam adotadas as medidas cabíveis.

6.3.3. Persistindo a irregularidade, o contratante, em decisão fundamentada, deverá aplicar a penalidade cabível nos autos do processo administrativo correspondente.

6.4. A empresa contratada deverá observar a forma de remessa da Nota Fiscal e dos documentos que a acompanham conforme subitem 5.3 deste Termo de Referência).

6.5. O pagamento dos serviços estará condicionado à verificação da conformidade das entregas, que inclui o acompanhamento técnico e administrativo das Ordens de Serviço e respectivas entregas e comprovações.

6.6. PAGAMENTO:

6.6.1. O pagamento, decorrente do fornecimento do objeto do Contrato, será efetuado mediante crédito em conta corrente, no prazo de até 30 dias, contados da liquidação.

6.6.2. O documento de cobrança do Contratado será mediante nota fiscal/fatura, cujo crédito será realizado na conta corrente indicada pelo Contratado.

6.6.3. Será considerada data do pagamento o dia em que constar como emitida a ordem bancária para pagamento.

6.6.4. Se for constatado erro ou irregularidade na nota fiscal/fatura, o Contratante, a seu critério, poderá devolvê-la para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida. Nesta hipótese, o prazo para pagamento iniciar-se-á após a regularização da situação ou reapresentação do documento fiscal, não acarretando qualquer ônus para o Contratante.

6.6.4.1. Na hipótese de devolução, a nota fiscal/fatura será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

6.6.5. O Contratante não pagará, sem que tenha autorização prévia e formal, qualquer compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

6.6.6. Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pelo Contratado, de prazo de pagamento, serão de sua exclusiva responsabilidade.

6.6.7. Aplica-se à presente contratação, no que couber, o disposto na Instrução Normativa RFB nº 1.234/2012, subsidiariamente, para fins de retenção na fonte de tributos, nos termos do art. 122 da Lei nº 14.133/2021 para fins de retenção na fonte dos tributos federais incidentes.

6.7 GESTÃO E FISCALIZAÇÃO

O contrato será gerido através a secretaria de Governo tendo como gestor e fiscal os indicados abaixo:

Gestor:

ALFREDO JOSÉ DA SILVA

Secretário de Governo

CPF 106.229.918-33

Fiscalização:

MARIA KELLI NAGAO BIAGIONI

Chefe da sessão de expedição

CPF 317.150.968-78

7. DOS CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR

7.1. O fornecedor será selecionado por meio da realização de procedimento de Licitação, na modalidade **Concorrência**, sob a forma **Presencial**, com adoção do critério de julgamento **técnica e preço**, conforme art. 33 da Lei 14.133/2021.

7.2. Para fins de habilitação, o licitante deverá comprovar os requisitos previstos no Edital da licitação e especificamente:

7.2.1. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

7.2.1.1. Certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei nº 12.232/2010, artigo 4º e seu parágrafo primeiro, obtido perante o Fórum de Autorregulação do Mercado Publicitário Executivo das Normas Como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda ou entidade equivalente.

7.2.1.2. Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível com o objeto desta licitação, mediante a apresentação de atestado(s) expedido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, que comprove as **características, quantidades, prazos e qualidade** disposto compatíveis no art. 2º e no seu parágrafo 1º, incisos I e II, da Lei 12.232/10, bem com o parágrafo 5º. do artigo 67 da lei 14.133/21.

7.2.2. QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

7.2.2.1. Certidão negativa de falência, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica.

7.2.2.2. prova de capital social mínimo no valor de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais), equivalente a **10% do valor estimado do contrato**, foi definido com base no porte da

contratação e na necessidade de garantir capacidade econômico-financeira mínima da contratada para suportar os encargos iniciais, conforme autorizado pelo art. 69, §4º da Lei nº 14.133/2021.

8. DA ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

8.1. O custo estimado da contratação é R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais).

8.1.1. O valor estimado da contratação baseia-se em pesquisa de mercado realizada com agências de publicidade atuantes em entes municipais, além de histórico de contratos anteriores da Prefeitura de Salto de Pirapora, conforme documentação integrante do Estudo Técnico Preliminar. Foram considerados, ainda, parâmetros de preços médios de mercado disponíveis em bancos de dados públicos e no sistema de custos referenciais das agências, especialmente a tabela SINAPRO-SP.

9. DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

9.1. As despesas decorrentes da presente contratação correrão por conta da seguinte dotação orçamentária:

Recurso: TESOURO

Município de Salto de Pirapora, 31 de março de 2025.
ALFREDO JOSÉ DA SILVA
Secretário de Governo

APÊNDICE BRIEFING

SALTO DE PIRAPORA – DIVERSÃO E EMOÇÃO

Salto de Pirapora se destaca por sua localização privilegiada no interior do estado de São Paulo. Integrante da Região Metropolitana de Sorocaba, situa-se a apenas 25 km desse importante centro urbano e a 120 km da capital paulista. Essa proximidade com grandes polos econômicos e turísticos, aliada à sua inserção na região turística "História e Aventura", posiciona o município de forma estratégica para atrair visitantes em busca de experiências culturais autênticas e atividades ao ar livre. A cidade conta com fácil acesso rodoviário, o que favorece tanto o turismo de lazer quanto o turismo de negócios.

Patrimônio Cultural e Tradições

Salto de Pirapora abriga a Comunidade Quilombola do Cafundó, um patrimônio histórico que preserva tradições afro-brasileiras centenárias. Com mais de 150 anos de história, a comunidade manteve viva a língua cupópia e promove eventos como a Festa de Santa Cruz e a Semana da Consciência Negra, proporcionando aos visitantes uma imersão única na cultura quilombola.

Além disso, o Centro de Tradições Gaúchas "Alma Charrua" reforça a diversidade cultural da cidade, assim como festividades tradicionais, incluindo a Festa do Milho e a Festa das Nações. O calendário de eventos também inclui as comemorações de aniversário do município, com destaque para a Festa do Peão de Salto de Pirapora, reconhecida como uma das maiores celebrações do interior paulista.

História e Identidade

Com uma população de aproximadamente 44 mil habitantes, Salto de Pirapora tem suas origens ligadas a lavradores e operários. O nome da cidade deriva do Rio Pirapora, onde, na década de 1940, paulistas costumavam se reunir na cachoeira, local onde hoje está em desenvolvimento o Parque Ambiental Olésio do Santos.

A cidade também tem uma forte conexão com a mineração, sendo conhecida como a "Terra do Calcário" devido às imponentes pedreiras que fizeram parte de seu desenvolvimento econômico. Essa herança histórica contribui para o charme e a singularidade do município.

Atrativos Naturais e Turismo de Aventura

Salto de Pirapora se destaca no turismo de aventura e ecoturismo, oferecendo diversas opções de lazer, como pesqueiros, arena de paintball, parque de esportes radicais, pista de motocross e provas equestres. A cidade também atrai ciclistas com suas rotas de cicloturismo.

O turismo rural também tem potencial de crescimento, com fazendas, sítios e áreas de lazer que proporcionam uma experiência autêntica e contato direto com a natureza.

Diferenciais Competitivos

Salto de Pirapora é um tesouro escondido no interior paulista, onde a história, a cultura e a natureza se encontram para oferecer experiências inesquecíveis. Descubra a riqueza da Comunidade Quilombola do Cafundó, aventure-se por trilhas e paisagens exuberantes, saboreie a gastronomia local e viva momentos de diversão e emoção para toda a família.

DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

Posicionar Salto de Pirapora como um destino turístico completo e versátil, capaz de atrair diferentes públicos e oferecer experiências memoráveis que combinem história, cultura, aventura e contato com a natureza.

A campanha deve destacar a autenticidade da cidade, valorizando seu patrimônio histórico e cultural, como a Comunidade Quilombola do Cafundó, suas tradições e festividades, seus atrativos naturais e sua oferta de turismo de aventura e rural.

É fundamental criar uma narrativa envolvente que transmita a essência de Salto de Pirapora, mostrando que a cidade é um lugar onde os visitantes podem se conectar com a história, a cultura e a natureza, vivendo momentos de diversão e emoção para toda a família. A proposta criativa deve evidenciar os elementos que diferenciam Salto de Pirapora de outros destinos turísticos do interior paulista, reforçando seu posicionamento único dentro do estado.

Público-Alvo

Primário: Famílias em busca de lazer, contato com a natureza e experiências culturais.

Jovens e adultos interessados em esportes de aventura e ecoturismo.

Moradores do estado de São Paulo que desejam escapar da rotina e explorar novas experiências.

MARCA

Atualmente, o município utiliza a marca de governo baseada na releitura do brasão oficial. O slogan da atual gestão municipal, presente em todas as campanhas institucionais, é “Transformando Vidas, Construindo o Futuro”.

Para esta campanha de turismo, a licitante deverá desenvolver o slogan e propor elementos de identidade criativa alinhados ao conceito da campanha. A narrativa sugerida deve refletir a autenticidade de Salto de Pirapora como destino turístico completo, explorando seus diferenciais culturais, naturais e históricos. A proposta deverá demonstrar sensibilidade criativa, originalidade e conexão com o público-alvo definido neste briefing.

PLANO DE MÍDIA

Deverão ser apresentados planos específicos para cada mídia a ser utilizada na campanha de comunicação.

Recursos

Orçamento Total: R\$ 280.000,00 (Duzentos e oitenta mil reais).

Duração da Campanha: 30 dias.

A proposta criativa deverá considerar esse prazo como período de veiculação, devendo a estratégia sugerida maximizar o alcance e a memorização da campanha dentro desse intervalo.

Praça: Estado de São Paulo.

Recursos do setor de imprensa

A Prefeitura conta com os seguintes canais institucionais para apoio à campanha:

Site oficial do município.

Diário Oficial do Município.

Redes sociais institucionais (Facebook, Instagram e YouTube).

ANEXO II
MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO

Referência: Concorrência Pública nº001/2025

Objeto: CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE MUNICIPAL PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA

À

Comissão de Contratação

Prezados Senhores,

_____, inscrita no CNPJ/MF sob o nº _____, neste ato representada pelo seu(sua) _____, Sr.(a) _____, portador(a) do RG nº _____, inscrito(a) no CPF nº _____, no âmbito da Concorrência Pública nº001/2025, DECLARA que:

1) Na vigência do contrato decorrente da Concorrência Pública nº001/2025, promovida pelo Município de Salto de Pirapora, serão cobrados os seguintes honorários:

- 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) _____% remuneração sobre o valor da mídia digital contratada por intermédio da agência, quando o veículo não remunerar está com o desconto de agência;
- e) _____% de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de Custo Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo SINAPRO, a ser concedido pela agência à Prefeitura de Salto de Pirapora.

A proposta também deve consignar, sem estar sujeita à pontuação, os percentuais máximos a serem pagos pela Prefeitura de Salto de Pirapora:

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. _____%

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

2) O preço proposto contempla todos os custos e despesas necessários à plena execução do serviço, tais como de pessoal e de administração e todos os encargos (obrigações sociais, impostos, taxas, etc) incidentes sobre os serviços objeto desta licitação, nada mais sendo lícito pleitear do MUNICIPIO a esse título;

3) Declaramo-nos cientes de que a PREFEITURA MUNICIPAL DE SALTO DE PIRAPORA procederá a retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei;

4) Informamos conhecer e aceitar as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na minuta de contrato;

5) Que o prazo de validade desta proposta é de 90 (noventa) dias a contar da sua apresentação.

6) DECLARAMOS QUE:

- assume o compromisso de obter junto a terceiros fornecedores e veículos dos diversos meios existentes, os melhores descontos sobre tabelas, praticados no mercado em cada ocasião, considerando-se investimentos de igual expressão, nos meios TV, jornal, revista, rádio e mídia externa de utilização rotineira no âmbito estadual;

-, com compromisso de cessão total e definitiva, irrevogável e irretratável, dos direitos autorais e patrimoniais do uso das ideias, peças, campanhas e demais materiais de publicidade, comunicação e *marketing* de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional, mesmo após a vigência do contrato.

.....,dede 2025.

CARIMBO/CNPJ E ASSINATURA DO REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA
IDENTIFICAÇÃO DO CARGO/FUNÇÃO DO FIRMATÁRIO

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

ANEXO III MODELO DE PROCURAÇÃO

Outorgante

Qualificação (nome, endereço, razão social, etc.)

Outorgado

Representante devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante na **Concorrência Presencial nº 001 / 2025**.

Poderes

Apresentar documentação e propostas, participar de sessões públicas de abertura de documentos de habilitação e de propostas, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar novos preços e condições, firmar termos de compromisso e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

local e data

nome completo da licitante
nome, cargo e assinatura dos representantes legais

**ANEXO IV
MODELO DE DECLARAÇÃO**

Ref.: **CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 001/20255**

, inscrita no CNPJ sob o nº , sediada na , por meio de seu representante legal abaixo identificado, DECLARA, sob as penas da Lei, que atende aos requisitos de habilitação definidos no instrumento convocatório, e que responderá pela veracidade das informações prestadas, na forma da lei (art. 63, I da Lei nº 14.133/2021) e declara ainda que:

- a) 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 (art. 63, IV da Lei nº 14.133/2021);
- b) 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 (art. 63, §1º da Lei nº 14.133/2021);
- c) não emprega menor de 18 anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 anos, salvo menor, a partir de 14 anos, na condição de aprendiz, nos termos do art. 7º, XXXIII, da Constituição Federal (art. 68, VI da Lei nº 14.133/2021);
- d) não possui empregados executando trabalho degradante ou forçado, observando o disposto nos incisos III e IV do art. 1º e no inciso III do art. 5º da Constituição Federal;
- e) 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.
- f) está ciente da obrigação de manter o endereço físico e eletrônico da empresa atualizado junto ao órgão promotor da licitação, e de que as notificações e comunicações formais decorrentes da execução do contrato serão efetuadas nestes endereços. Caso a empresa não seja encontrada, será notificada pelo Diário Oficial do Município acessível em <https://www.saltodepirapora.sp.gov.br/> .
- g) no caso de microempresas ou empresas de pequeno porte: a empresa não possui qualquer dos impedimentos previstos nos §§ 4º e seguintes todos do artigo 3º da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, e alterações, assim como §§ 1º a 4º do art. 4º da Lei 14.133/2021, cujos termos declara conhecer na íntegra;
- h) não se enquadra em nenhuma das restrições de participação, conforme art. 14 da Lei nº 14.133/2021 e item 2.10 do edital;
- i) está ciente sobre a observação das disposições da Lei Federal nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais), e alterações, quando do tratamento de dados pessoais e dados pessoais sensíveis a que tenha acesso, para o propósito de execução e acompanhamento do Contrato, não podendo divulgar, revelar, produzir, utilizar ou deles dar conhecimento a terceiros estranhos a esta contratação, a não ser por força de obrigação legal ou regulatória.

, de de .

(Identificação e assinatura do representante legal da proponente)

ANEXO V

MINUTA DE CONTRATO

TERMO DE CONTRATO QUE ENTRE SI CELEBRAM A _____ E A AGÊNCIA _____.

Pelo presente termo de contrato que entre si realizam de um lado, a _____ - _____, no município de _____, Estado de São Paulo, sediada na Rua _____, _____, devidamente inscrita no CNPJ/MF sob nº _____, doravante denominado simplesmente **CONTRATANTE**, neste ato, representada por seu _____, portador da Cédula de Identidade - RG. nº _____, devidamente inscrito no CPF/MF sob nº _____, e, de outro lado, a empresa _____, com sede na _____, nº _____, bairro _____, e-mail: _____, na Cidade de _____, Estado de _____ - CEP. _____ - Telefone: (____) _____, devidamente inscrita no CNPJ/MF sob nº _____, neste ato, representada por seu _____ Sr. _____, portador da Cédula de Identidade - RG nº _____ e devidamente inscrito no CPF/MF sob nº _____, doravante denominada **CONTRATADA**, fica as partes subordinadas às disposições da Lei nº 12.232/2010, Lei nº 4.680/1965, Lei nº 14.133/2021, Decreto Municipal nº _____ e demais legislação aplicável, onde resolvem celebrar o presente contrato, naquilo em que forem aplicáveis, nas condições estabelecidas nesta minuta e na Proposta Comercial apresentada pela **CONTRATADA**, parte integrante e indispensável do presente instrumento.

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

1.1. Constitui objeto do presente contrato a prestação de serviços de publicidade, por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades integradas e especializadas, nos termos do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, destinadas à elaboração, implementação e acompanhamento de estratégias de comunicação institucional, publicitária e mercadológica da **CONTRATANTE**.

1.2. A **CONTRATADA** 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 de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.1.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.3. A **CONTRATADA** não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nesta cláusula.

1.4. A **CONTRATADA** atuará de acordo com solicitação da **CONTRATANTE**, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame que deu origem a este contrato, e não terá, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nesta Cláusula.

1.5. Integra este contrato, o edital da concorrência presencial nº001/2025, seus anexos e a proposta da contratada, independentemente de transcrição.

CLÁUSULA SEGUNDA – VIGÊNCIA

2.1. O presente contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura.

2.1.1. A **CONTRATANTE** poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do art. 106 e 107 da Lei nº 14.133/2021.

2.1.2. A prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho da **CONTRATADA**, a ser efetuada pela **CONTRATANTE**.

2.2. Decorrido um ano da assinatura do contrato, no caso de prorrogação, o seu valor poderá ser reajustado, aplicando-se o IPCA.

CLÁUSULA TERCEIRA – VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

3.1. O valor deste contrato está estimado em R\$ **2.000.000,00 (dois milhões de reais)**, pelos primeiros 12 (doze) meses.

3.2. A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de 2025 consta Do Projeto da Lei Orçamentária Anual - 2025, nas seguintes funcionais programáticas:

Unidade Orçamentária	Classificação Funcional Programática	Ficha	FR	Cód. de aplicação	Descrição
01.01.02	04.122.0002-2.004	25	01	110.0000	Manutenção das Atividade da assessoria de imprensa

3.3. Se a **CONTRATANTE** optar pela prorrogação deste contrato, serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

3.4. Mediante pedido justificado formalmente e apresentação de pesquisa de mercado, com vistas à obtenção de condições mais vantajosas, aplicam-se os termos do **paragrafo único do art. 131** da Lei nº 14.133/2021.

3.5. A **CONTRATANTE** poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a **CONTRATADA**, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado, por meio de termo aditivo.

3.6. A **CONTRATANTE** se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

3.7. No interesse da **CONTRATANTE**, a **CONTRATADA** fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do presente contrato, conforme disposto nos do art. 125 e 126 da Lei nº 14.133/2021.

CLÁUSULA QUARTA – DA REMUNERAÇÃO

4.1. Pelos serviços prestados, a **CONTRATADA** será remunerada conforme disposto nesta Cláusula.

- a) Ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA, com base na Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, com a concessão do desconto de% (.....por cento).
- b) Percentual de honorários% (.....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% (.....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% (.....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% (.....por cento) incidente sobre veiculação de mídia digital intermediada pela CONTRATADA, que não proporcione à agência o desconto de
agência concedido por veículos de divulgação.

4.1.1.O percentual de desconto sobre os custos internos deverá ter como referência a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO, vigente à época da contratação.

4.1.2. Os percentuais de honorários acima indicados deverão observar os limites estabelecidos nas Normas-Padrão da Atividade Publicitária (CENP), bem como os percentuais constantes da proposta técnica e de preços apresentada pela CONTRATADA, aprovada no certame.

4.1.3. A aplicação de qualquer dos percentuais depende de prévia e expressa autorização da CONTRATANTE, conforme cada plano de trabalho e de mídia.

4.2. Despesas com deslocamento e diárias de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores de bens e de serviços especializados por ela contratados são de sua exclusiva responsabilidade.

CLÁUSULA QUINTA - DESCONTO DE AGÊNCIA

5.1. Além da remuneração prevista na Cláusula Quarta, a **CONTRATADA** fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei n. 4.680/65.

5.2. O desconto será concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei n. 12.232/2010.

CLÁUSULA SEXTA - DA LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

6.1. 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, que será emitida sem rasura, em letra legível, em nome da PREFEITURA DE SALTO DE PIRAPORA, CNPJ N°, contendo o número deste CONTRATO e os seguintes dados da CONTRATADA: Banco (nome e número) Agência (nome e número) Conta Corrente (número).

II - a primeira via do documento fiscal do fornecedor de serviços especializado ou do veículo de divulgação, que será emitido em nome da PREFEITURA;

III – os documentos comprobatórios da execução dos serviços especializados e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega;

IV – os documentos comprobatórios da demonstração do valor devido ao veículo, da sua respectiva tabela de preços, da descrição dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e da efetiva veiculação, sendo este último providenciado sem ônus para a CONTRATANTE.

6.1.1. Quaisquer alterações nos dados bancários deverão ser comunicadas tempestiva e formalmente à CONTRATANTE, ficando a CONTRATADA responsável pelos prejuízos decorrentes da falta ou intempestividade da informação.

6.1.2. O CNPJ que deverá constar nas notas fiscais e na conta corrente utilizada para pagamento às CONTRATADAS deverá ser o CNPJ da CONTRATADA constante do preâmbulo deste CONTRATO.

6.1.3. Quando referente ao pagamento de fornecedores e veículos, a nota fiscal também deverá conter o número do documento que autorizou a veiculação ou produção dos serviços e o nome empresarial do fornecedor com seu respectivo CNPJ.

6.1.4. O CNPJ que deverá constar nas notas fiscais dos fornecedores de serviço especializado deverá ser o mesmo da cotação de preços que norteou a contratação.

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

6.2. Compete ao Gestor do contrato, a conferência dos preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o artigo 15 da Lei n. 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos respectivos Planos de Mídia pela CONTRATADA à CONTRATANTE.

6.3. Os documentos de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à Secretaria de Governo.

6.3.1. Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços, a Secretaria de Governo a seu juízo, poderá devolvê-la para as devidas correções, ou aceita-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

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

6.3.3. A CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo pelo adiamento do pagamento em razão de pendência no cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste CONTRATO.

6.4. Os pagamentos serão efetuados em até 30 (trinta) dias do ateste da Nota Fiscal pela **CONTRATADA**, devidamente atestadas pelo **Gestor do Contrato**.

6.4.1. O ateste somente será realizado mediante a comprovação do cumprimento pela **CONTRATADA** de todas as condições pactuadas e ocorrerá em até 5 (cinco) dias úteis após a entrega da documentação pertinente.

6.4.2. Caso venha a ocorrer necessidade de providências complementares por parte da **CONTRATADA**, a fluência do prazo será interrompida, reiniciando-se sua contagem a partir da data do respectivo cumprimento.

6.4.3. Os pagamentos serão efetuados mediante crédito em conta corrente em nome da **CONTRATADA**.

6.4.4. Antes da efetivação dos pagamentos, será verificada a comprovação de regularidade da **CONTRATADA** referente à:

- a) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviços – FGTS;
- b) Certidão Negativa de Débito junto à Fazenda Federal (Quitação de Tributos e Contribuições Federais e Dívida Ativa da União da Fazenda Federal);
- c) Certidões negativas de tributos estaduais e municipais emitidas pelos respectivos órgãos;
- d) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT.

6.4.5. Havendo atraso no pagamento, o valor devido será corrigido desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação *pro rata tempore* do IPCA.

6.5. Os serviços contratados serão formalizados por meio de Nota Fiscal emitida pela **CONTRATADA**, abrangendo o valor global da Ordem de Serviço, incluindo tanto os serviços próprios da agência quanto aqueles intermediados por sua conta e ordem junto a fornecedores terceirizados (tais como produtoras, gráficas, veículos de mídia, entre outros), nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

6.5.1. A Nota Fiscal deverá discriminar, de forma clara e destacada:

6.5.1.1 Os valores correspondentes aos serviços próprios da **CONTRATADA** (criação, planejamento, intermediação; etc).

6.5.1.2 Os valores correspondentes a cada fornecedor ou veículo contratado, com menção à natureza do serviço (produção, veiculação, etc.).

6.5.1.3. O pagamento será realizado pela **CONTRATANTE** em parcela única à **CONTRATADA**, com base no valor global aprovado na Ordem de Serviço. A **CONTRATADA** será integral e exclusivamente responsável pelo repasse aos fornecedores envolvidos, respondendo administrativa, civil e contratualmente por eventuais inadimplementos, sem que caiba à **CONTRATANTE** qualquer responsabilidade solidária ou subsidiária.

6.5.4. A **CONTRATADA** deverá observar rigorosamente as Normas-Padrão da Atividade Publicitária (CENP), inclusive no que se refere à escrituração contábil e ao fluxo de repasses a terceiros, conforme artigos 23 a 27 das referidas normas.

6.6. A CONTRATADA, quando atuar por conta e ordem do Município de Salto de Pirapora, emitirá nota fiscal correspondente ao valor global da Ordem de Serviço aprovada, abrangendo tanto os serviços próprios da agência quanto os serviços de produção e veiculação de terceiros por ela intermediados.

6.6.1. Nessa hipótese, os fornecedores (como produtoras, gráficas ou veículos de mídia) também deverão emitir suas notas fiscais diretamente à CONTRATADA, que será responsável pelo pagamento e pela devida escrituração contábil e fiscal dos serviços contratados, observando as Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP.

6.6.2. A nota fiscal emitida pela CONTRATADA deverá conter discriminação clara entre os valores correspondentes aos serviços próprios e aqueles relativos a fornecedores terceirizados, com destaque quanto à natureza de cada item (serviço de agência, produção, mídia, etc.).

6.6.3. O Município de Salto de Pirapora efetuará o pagamento unificado à CONTRATADA, que deverá comprovar, até o 10º dia útil do mês subsequente, a quitação integral aos fornecedores envolvidos, mediante apresentação dos comprovantes correspondentes.

6.7. Os demais fornecedores emitirão Notas Fiscais com seus valores, e elas serão apresentadas conjuntamente pela **CONTRATADA** para a efetuação do pagamento, que repassará, obrigatoriamente, a parte devida aos fornecedores, sendo que nas Notas Fiscais deverão constar o número do contrato.

6.7.1. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo **CONTRATANTE** poderão fornecer à **CONTRATADAS** bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato.

6.7.2. Cabe à **CONTRATADA** efetuar os pagamentos a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação em até 5 (cinco) dias após o recebimento da ordem bancária da **CONTRATANTE**, pela agência bancária pagadora.

6.7.3. 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 10º dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

6.8. A **CONTRATANTE** não é obrigada a pagar nenhum compromisso, assumido pela **CONTRATADA**, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

6.9. Correrão por conta da **CONTRATADA** o ônus do prazo de compensação e todas as despesas bancárias decorrentes da transferência de crédito, assim como os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes de sua inobservância quanto aos prazos de pagamento.

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

CLÁUSULA SÉTIMA - DAS CONDIÇÕES PARA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS

7.1. Execução dos Serviços:

- I - Executar os serviços diretamente, com seus próprios recursos, operando como organização completa e fornecendo serviços de elevada qualidade.
- II - Os serviços deverão ser executados por meio dos profissionais indicados na Proposta Técnica, admitida substituição por profissionais com experiência equivalente ou superior mediante comunicação prévia ao Município.
- III - Executar todos os serviços conforme os prazos e especificações estabelecidos pelo Município.
- IV - Orientar a produção, impressão e distribuição de peças gráficas com aprovação da Secretaria Municipal de Governo.

7.2. Intermediação e Autorização de Terceiros

- V - A agência poderá intermediar contratações de veículos e fornecedores especializados, mediante prévia e expressa autorização da Secretaria Municipal de Governo.
- VI - O Município deverá ser previamente identificado na contratação de veículos.
- VII - O pagamento a terceiros deverá ocorrer em até 5 (cinco) dias úteis após o recebimento dos valores pelo Município.
- VIII - A agência é responsável por administrar e fiscalizar os contratos com terceiros, respondendo pelos efeitos desses acordos.

7.3. Comunicações e Rejeições

- IX - Alterações ou cancelamentos deverão ser comunicados tempestivamente à Secretaria, com solução em até 48 horas.
- X - Culpa da agência ou terceiros implica revisão proporcional das obrigações contratuais.

7.4. Condições Comerciais e Negociações

- XI - Buscar as melhores condições comerciais com veículos e fornecedores.
- XII - Transferir ao Município as vantagens obtidas nas negociações, exceto os planos de incentivo conforme art. 18 da Lei 12.232/2010.
- XIII - Não priorizar veículos com base em incentivos em detrimento do interesse público.
- XIV - Em reutilização de peças, negociar as melhores condições de preço.

7.5. Contratação de Fornecedores

- XV - Observar os seguintes critérios para contratação:
 - a) Cotação prévia, salvo fornecedor exclusivo;
 - b) Mínimo de três cotações entre fornecedores cadastrados;
 - c) Justificar por escrito a impossibilidade de obter três cotações.
- XVI - As cotações deverão:
 - a) Ser em papel timbrado com identificação completa do fornecedor;
 - b) Detalhar produtos e preços unitários e totais;
 - c) Ser acompanhadas de documentos fiscais compatíveis com o objeto.
- XVII - Para serviços acima de 5% do valor contratual, realizar coleta de orçamentos em sessão pública com fiscalização do Município.
- XVIII - A prefeitura poderá realizar cotações próprias a qualquer tempo.

7.6. Entregas de Materiais e Relatórios

- XIX - Após aprovação dos serviços, encaminhar cópias das peças produzidas em formatos definidos pelo Município.

XX - Disponibilizar informações sobre a mídia utilizada às secretarias.

XXI - Entregar comprovantes de pagamentos realizados a terceiros até o dia 10 do mês subsequente.

XXII - Apresentar, até o dia 10 de cada mês, relatório mensal de despesas e pagamentos, podendo incluir estudos de mídia quando solicitado.

XXIII - Manter canal digital de comunicação e registro das execuções contratuais, acessível à CONTRATANTE, garantindo transparência, auditabilidade e rastreabilidade das ações realizadas.

7.7. Responsabilidades Legais e Fiscais

XXIV - Esclarecer eventuais fatos desabonadores, independentemente de solicitação.

XXV - Assumir tributos, taxas, encargos previdenciários, trabalhistas e demais obrigações legais.

XXVI - Responder por recolhimentos indevidos e omissões fiscais.

XXVII - Apresentar comprovantes de regularidade fiscal e trabalhista quando exigido.

XXVIII - Responsabilizar-se por danos causados por seus prepostos.

XXIX - Responder judicialmente por falhas na prestação dos serviços.

XXX - Reembolsar a prefeitura em caso de condenação judicial em decorrência de sua atuação, no prazo de 10 (dez) dias úteis após o pagamento.

7.8. Acervo e Vedações

XXXI - Manter acervo comprobatório dos serviços e peças produzidas por 5 (cinco) anos após a extinção do contrato.

XXXII - Vedada a subcontratação de outra agência para execução dos serviços contratados.

7.9. Não caberá qualquer tipo de pagamento à **CONTRATADA**, caso não tenha havido a solicitação de serviço pelo **CONTRATANTE**.

CLÁUSULA OITAVA - DOS DIREITOS AUTORAIS

8.1. A CONTRATADA cede à PREFEITURA DE SALTO DE PIRAPORA os direitos autorais patrimoniais de uso das ideias (incluídos estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência deste CONTRATO, nos termos da Lei nº 9.610/1998 e do art. 23, §1º da Lei nº 12.232/2010, respondendo integralmente por eventual violação a direitos de terceiros.

8.2. Os direitos são cedidos de forma total e definitiva, para uso no Brasil ou em qualquer outro país do mundo.

8.2.1. O valor dessa cessão está integralmente incluído nas modalidades de remuneração definidas na **cláusula quarta**.

8.2.2. Os direitos patrimoniais cedidos poderão ser usados pela PREFEITURA DE SALTO DE PIRAPORA em todas as suas modalidades de utilização, diretamente ou por intermédio de terceiros.

8.2.3. Quando necessário realizar contratações que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará a quem de direito a concessão por prazo, finalidade, território e preço, inclusive quanto à eventual renovação do contrato, dos direitos autorais e conexos de suas respectivas titularidades.

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

8.2.5. A **CONTRATANTE** será a única proprietária das peças e demais materiais físicos e/ou digitais oriundos do cumprimento deste **CONTRATO**, sejam estes passíveis ou não de proteção do Direito de Propriedade Intelectual.

8.2.6. É garantida à **CONTRATANTE** a apropriação dos direitos patrimoniais e conexos originalmente de titularidade da **CONTRATADA** e dos funcionários desta, sobre os resultados da execução deste **CONTRATO**, ressalvados os direitos autorais e conexos de terceiros.

CLÁUSULA NONA - DA FISCALIZAÇÃO

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

9.2. Será nomeado gestor e fiscal para acompanhar e fiscalizar a execução deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terá poderes, entre outros, para notificar a **CONTRATADA**, objetivando sua imediata correção nos termos do **Decreto nº 7.124/2023**.

9.3. A fiscalização pela **CONTRATANTE** em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da **CONTRATADA** pela perfeita execução dos serviços objeto deste contrato.

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

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

9.6. A autorização, pela **CONTRATANTE**, dos planos de mídia e dos serviços executados pela **CONTRATADA** ou por seus fornecedores de bens e de serviços especializados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução técnica e comprovação das veiculações e dos serviços.

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

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA - DA GARANTIA DE EXECUÇÃO

10.1. Não haverá exigência de garantia contratual da execução.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DAS OBRIGAÇÕES

11.1. São obrigações da CONTRATADA:

- a)** apresentar semanalmente a CONTRATANTE planilha atualizada de acompanhamento da execução dos serviços em andamento, especificando-os e indicando seus estágios de execução e prazos previstos para as entregas;
- b)** cumprir todas as normas éticas e técnicas aplicáveis para a boa execução dos serviços, ainda que autorizada sua execução por terceiros;
- c)** providenciar a imediata correção das deficiências apontadas pelo CONTRATANTE quanto à execução dos serviços;
- d)** responsabilizar-se por todas as despesas envolvidas na prestação de serviços;
- e)** iniciar os serviços no prazo fixado pelo CONTRATANTE, em exato cumprimento às especificações da Concorrência Pública nº001/2025 e seus anexos, bem como o descrito nas autorizações de serviços;
- f)** observar as datas e os horários determinados pelo CONTRATANTE para a prestação dos serviços;
- g)** fornecer todas as informações solicitadas pelo CONTRATANTE no prazo determinado;
- h)** disponibilizar ao CONTRATANTE os contatos (telefone, endereço, e-mail, rádio etc.) dos responsáveis pela execução dos serviços;
- i)** manter os dados cadastrais atualizados junto ao CONTRATANTE;
- j)** arcar com eventuais prejuízos causados ao CONTRATANTE e/ou a terceiros, provocados por ineficiência ou irregularidade cometidas por seus empregados, contratados ou prepostos envolvidos na execução deste contrato;
- k)** responsabilizar-se, civil e criminalmente, por quaisquer danos ou prejuízos causados por ação ou omissão de seus empregados, contratados ou prepostos envolvidos na execução deste contrato;
- l)** promover, em seu próprio nome e às suas expensas, as medidas judiciais ou extrajudiciais necessárias para reparar os danos e prejuízos causados, sendo de sua responsabilidade eventuais reclamações cíveis, criminais ou trabalhistas que possam surgir em decorrência do evento danoso;
- m)** exercer a fiscalização necessária ao perfeito cumprimento deste contrato, independentemente da fiscalização exercida pelo CONTRATANTE;
- n)** manter arquivo físico organizado com todos os documentos relacionados a este contrato, tais como ordens e recomendações expedidas pelo CONTRATANTE, registros de eventuais ocorrências e de fatos relevantes, além de banco de áudio, vídeo, fotografia, ilustrações e artes finais;
- o)** responsabilizar-se pelo cumprimento da legislação trabalhista, social e previdenciária, em relação a empregados, contratados e prepostos, respondendo por toda e qualquer autuação e condenação oriunda da sua eventual inobservância, aí incluídos acidentes de trabalho, ainda que ocorridos nas dependências do CONTRATANTE, ressarcindo-o dos desembolsos decorrentes de seu chamamento a juízo e condenação, incluídas as despesas processuais e honorários de advogado arbitrados;
- p)** arcar com os custos dos ensaios, testes e demais provas, exigidos para a boa execução dos serviços;
- q)** apresentar planejamento de mídia e definição do impacto total desejado para cada campanha;
- r)** responsabilizar-se por qualquer infração do direito de uso de ideias, métodos ou processos legalmente protegidos, em especial por toda e qualquer violação a direitos autorais, respondendo por eventuais indenizações;
- s)** transferir para o CONTRATANTE os direitos autorais relativos aos produtos de comunicação e outros abrangidos pelo objeto deste contrato;
- t)** atender aos fornecedores e prestar informações sobre o faturamento e previsão de pagamento;
- u)** repassar ao CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as

bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação;

v) encaminhar mensalmente ao CONTRATANTE, para fins de controle do saldo contratual, mediante recibo, o relatório de controle dos gastos efetivamente realizados, autorizados e demandados;

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

y) apresentar, sem ônus para o CONTRATANTE, relatórios de checagem de empresas terceirizadas, sem vínculo com os exibidores, para os meios de TV e rádio ou comprovante equivalente; relatórios de gerenciamento para a internet e mídia exterior e os títulos originais como comprovantes de veiculação para a mídia impressa;

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

z) Responder por quaisquer prejuízos sofridos pela CONTRATANTE em decorrência de atraso parcial ou final elaboração dos serviços.

11.2. São obrigações da CONTRATANTE:

a) Garantir à CONTRATADA o acesso à documentação e informações necessárias, bem como os elementos básicos indispensáveis à realização dos serviços.

b) Comunicar, por escrito e em tempo hábil, à CONTRATADA, quaisquer instruções ou procedimentos a adotar sobre assuntos relacionados com este CONTRATO.

c) Credenciar junto a CONTRATADA, um funcionário de seu próprio quadro ou terceiro, que atuará como gestor do contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DAS SANÇÕES

12.1. Comete infração administrativa, o Contratado que praticar qualquer uma das condutas elencadas no art. 155 da Lei nº 14.133/2021.

12.2. Serão aplicadas ao responsável pelas infrações administrativas acima descritas as seguintes sanções:

12.2.1. Advertência, quando o Contratado der causa à inexecução parcial do contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §2º, da Lei);

12.2.2. Impedimento de licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nos incisos II, III, IV, V, VI e VII do art. 155 da Lei nº 14.133/2021, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §4º, da Lei);

12.2.3. Declaração de inidoneidade para licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas nos incisos VIII, IX, X, XI e XII, bem como nos incisos II, III, IV, V, VI e VII, todos do art. 155 da Lei nº 14.133/2021, que justifiquem a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §5º, da Lei);

12.2.4 Multa:

(a) Moratória de 0,5% (cinco décimos por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 20 (vinte) dias; 82

(b) O atraso superior a 30 (trinta) dias autoriza a Administração a promover a rescisão do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõe o inciso I do art. 137 da Lei nº 14.133, de 2021.

(c) As multas serão aplicadas de forma proporcional à gravidade da infração e à extensão do dano, conforme critérios estabelecidos no processo administrativo. A multa compensatória de até 20% poderá ser reduzida proporcionalmente quando verificada a inexecução parcial, de modo justificado.

(d) Multa de 15% a 30% do valor do contrato licitado para as infrações previstas.

12.2.5. A aplicação das sanções previstas neste Contrato não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado à Contratante (art. 156, §9º)

12.2.6. Todas as sanções previstas neste Contrato poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa (art. 156, §7º).

12.2.7. Antes da aplicação da multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação (art. 157).

12.2.8. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo Contratante ao Contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente (art. 156, §8º).

12.2.9. Previamente ao encaminhamento à cobrança judicial, a multa poderá ser recolhida administrativamente no prazo máximo de 30 (trinta) dias, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela autoridade competente.

12.3. A aplicação das sanções realizar-se-á em processo administrativo que assegure o contraditório e a ampla defesa ao Contratado, observando-se o procedimento previsto no caput e parágrafos do art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, para as penalidades de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

12.4. Os atos previstos como infrações administrativas na Lei nº 14.133, de 2021, ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na Lei nº 12.846, de 2013, serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos na referida Lei (art. 159)

12.5. As sanções de impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar são passíveis de reabilitação na forma do art. 163 da Lei nº 14.133/21.

12.6. Os débitos do contratado para com a Administração contratante, resultantes de multa administrativa e/ou indenizações, não inscritos em dívida ativa, poderão ser compensados, total ou parcialmente, com os créditos devidos pelo referido órgão decorrentes deste mesmo contrato ou de outros contratos administrativos que o contratado possua com o mesmo órgão ora contratante.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DA EXTINÇÃO CONTRATUAL (art. 92, XIX)

13.1. O contrato extinguir-se-á automaticamente ao término de sua vigência, ressalvadas as hipóteses de prorrogação, rescisão motivada, rescisão amigável ou extinção por razões de interesse público, nos termos dos arts. 137 a 139 da Lei nº 14.133/2021

13.1.1. O contrato pode ser extinto antes do prazo nele fixado, sem ônus para o Contratante, quando esta não dispuser de créditos orçamentários para sua continuidade ou quando entender que o contrato não mais lhe oferece vantagem.

13.1.2. A extinção nesta hipótese ocorrerá na próxima data de aniversário do contrato, desde que haja a notificação do contratado pelo contratante nesse sentido com pelo menos 2 (dois) meses de antecedência desse dia.

13.1.3. Caso a notificação da não-continuidade do contrato de que trata este subitem ocorra com menos de 2 (dois) meses da data de aniversário, a extinção contratual ocorrerá após 2 (dois) meses da data da comunicação.

13.2. O contrato pode ser extinto antes de cumpridas as obrigações nele estipuladas, ou antes do prazo nele fixado, por algum dos motivos previstos no artigo 137 da NLLC, bem como amigavelmente, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

13.2.1. Nesta hipótese, aplicam-se também os artigos 138 e 139 da mesma Lei.

13.2.2. A alteração social ou modificação da finalidade ou da estrutura da empresa não ensejará rescisão se não restringir sua capacidade de concluir o contrato.

13.2.3. Se a operação implicar mudança da pessoa jurídica contratada, deverá ser formalizado termo aditivo para alteração subjetiva.

13.3. O termo de rescisão, sempre que possível, será precedido de balanço dos eventos contratuais já cumpridos ou parcialmente cumpridos; relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos e indenizações e multas.

13.4. O não pagamento dos salários e das verbas trabalhistas, e o não recolhimento das contribuições sociais, previdenciárias e para com o FGTS poderá dar ensejo à extinção do contrato por ato unilateral e escrito do contratante e à aplicação das penalidades cabíveis.

13.5. O contratante poderá conceder prazo para que o contratado regularize suas obrigações trabalhistas ou suas condições de habilitação, sob pena de extinção contratual, quando não identificar má-fé ou a incapacidade de correção.

13.9. O contratante poderá ainda:

13.9.1. nos casos de obrigação de pagamento de multa pelo contratado, reter a garantia prestada a ser executada (art. 139, III, “c”, da Lei n.º 14.133/2021), conforme legislação que rege a matéria; e

13.9.2. nos casos em que houver necessidade de ressarcimento de prejuízos causados à Administração, nos termos do inciso IV do art. 139 da Lei n.º 14.133, de 2021, reter os eventuais créditos existentes em favor do contratado decorrentes do contrato.

13.10. O contrato poderá ser extinto caso se constate que o contratado mantém vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que tenha desempenhado função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau (art. 14, inciso IV, da Lei n.º 14.133, de 2021).

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - OBRIGAÇÕES PERTINENTES À LGPD

14.1. As partes obrigam-se a observar a Lei nº 13.709/2018 – Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, comprometendo-se a adotar medidas de segurança, técnicas e administrativas aptas a proteger os dados pessoais contra acessos não autorizados e situações acidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração, comunicação ou difusão, conforme arts. 6º e 46 da LGPD.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

15.1. À CONTRATADA é vedado, sob as penas da lei, prestar informações a terceiros sobre a natureza ou o andamento dos SERVIÇOS, bem como divulgar, através de qualquer meio de comunicação, dados e informes relativos aos SERVIÇOS executados, salvo por expressa autorização escrita da CONTRATANTE.

15.2. Ficam fazendo parte integrante deste contrato o Edital, seus Anexos e a Proposta de Preços da CONTRATADA, aos quais as partes estão vinculadas.

15.3. A CONTRATADA deverá manter válidas todas as condições de habilitação jurídica, regularidade fiscal, qualificação econômico-financeira e técnico-operacional durante toda a execução contratual, nos termos do art. 60 da Lei nº 14.133/2021, sob pena de rescisão contratual motivada.

15.4. As partes contratantes elegem o Foro da Comarca de Salto de Pirapora, com renúncia de qualquer outro, por mais privilegiado que seja, para dirimir as questões oriundas da execução da presente avença.

E, por estarem de acordo com as Cláusulas acima, assinam o presente em 4 (quatro) vias, de igual teor, na presença de 2 (duas) testemunhas, para que produza seus legais efeitos.

_____, _____ de _____ de 2025.

REPRESENTANTE LEGAL
EMPRESA
Contratada

MUNICÍPIO DE SALTO DE PIRAPORA
MATHEUS MARUM DE CAMPOS -
PREFEITO
Contratante

TESTEMUNHAS:

Assinatura: _____ Assinatura: _____

Nome: _____ Nome: _____

RG: _____ RG: _____

ANEXO LC-01 - TERMO DE CIÊNCIA E DE NOTIFICAÇÃO
PROCESSO ADMINISTRATIVO N.º 1159 /2025

CONTRATANTE: **MUNICÍPIO DE SALTO DE PIRAPORA/SP**

CONTRATADO: _____

CONTRATO N.º (DE ORIGEM): **XX/2025**

OBJETO: **“CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE MUNICIPAL PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA”**

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 n.º 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 n.º 709, de 14 de janeiro de 1993, iniciando-se, a partir de então, a contagem dos prazos processuais, conforme regras do Código de Processo Civil;
- d) as informações pessoais dos responsáveis pela contratante_e e interessados estão cadastradas no módulo eletrônico do “Cadastro Corporativo TCESP – CadTCESP”, nos termos previstos no Artigo 2º das Instruções n.º01/2020, 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.

Salto de Pirapora, XX de XXXXXXXX de 2025.

AUTORIDADE MÁXIMA DO ÓRGÃO/ENTIDADE:

Nome: **MATHEUS MARUM DE CAMPOS**

Cargo: **PREFEITO**

CPF: **404.351.228-78**

RESPONSÁVEIS PELA HOMOLOGAÇÃO DO CERTAME OU RATIFICAÇÃO DADISPENSA/INEXIGIBILIDADE DE LICITAÇÃO:

Nome: **MATHEUS MARUM DE CAMPOS**

Cargo: **PREFEITO**

CPF: **404.351.228-78**

Assinatura: _____

RESPONSÁVEIS QUE ASSINARAM O AJUSTE:

Pelo contratante:

Nome: **MATHEUS MARUM DE CAMPOS**

Cargo: **PREFEITO**

CPF: **404.351.228-78**

Assinatura: _____

Pela contratada:

Nome: _____

Cargo: _____

CPF: _____

Assinatura: _____

ORDENADOR DE DESPESAS DA CONTRATANTE:

Nome: **MATHEUS MARUM DE CAMPOS**

Cargo: **PREFEITO**

CPF: **404.351.228-78**

Assinatura: _____

GESTOR(ES) DO CONTRATO:

Nome: **ALFREDO JOSÉ DA SILVA**

Cargo: **SECRETÁRIO MUNICIPAL DE GOVERNO**

CPF: **177.207.768-28**

Assinatura: _____

DEMAIS RESPONSÁVEIS:

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

Nome: **MARIA KELLI NAGAO BIAGIONI**

Cargo: **Chefe da sessão de expedição**

CPF: **317.150.968-78**

(*) - O Termo de Ciência e Notificação e/ou Cadastro do(s) Responsável(is) deve identificar as pessoas físicas que tenham concorrido para a prática do ato jurídico, na condição de ordenador da despesa; de partes contratantes; de responsáveis por ações de acompanhamento, monitoramento e avaliação; de responsáveis por processos licitatórios; de responsáveis por prestações de contas; de responsáveis com atribuições previstas em atos legais ou administrativos e de interessados relacionados a processos de competência deste Tribunal. Na hipótese de prestações de contas, caso o signatário do parecer conclusivo seja distinto daqueles já arrolados como subscritores do Termo de Ciência e Notificação, será ele objeto de notificação específica. (inciso acrescido pela Resolução nº 11/2021)



Anexo VI – Tabela referencial de custos e serviços internos

Anexo externo do edital.

Anexo VII – Declaração de enquadramento ME/EPP

O signatário da presente, o senhor _____, representante legalmente constituído da proponente _____, declara sob as penas da Lei, que a mesma está estabelecida sob o regime legal de _____ (microempresa ou empresa de pequeno porte), Lei Complementar n.º 123, de 14 de dezembro de 2006, sendo que:

a) a receita bruta anual da empresa não ultrapassa o disposto nos incisos I (ME) e II (EPP) do art. 3º da Lei Complementar n.º 123 de 14 de dezembro de 2006.

b) não tem nenhum dos impedimentos do § 4º do art. 3º, da mesma lei, ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

Salto de Pirapora, de de

(nome e assinatura do responsável legal)