CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 003/2024

Edital nº 15/2025

PROCESSO Nº 808/2024

ÓRGÃO: PREFEITURA MUNICIPAL DE JARINU

DATA E HORÁRIO DA SESSÃO: 15/05/2025 ÀS 09H00M

OBJETO: contratação de Serviços de Publicidade pela Administração Pública para atendimento da Secretaria Municipal de Governo, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral, conforme Edital e Anexos.

TIPO DE LICITAÇÃO E CRITÉRIO DE JULGAMENTO: TÉCNICA E PREÇO

LOCAL DA SESSÃO PÚBLICA: PRAÇA FRANCISCO ALVES SIQUEIRA JUNIOR, Nº 111, JARDIM DA SAÚDE, JARINU/SP – CEP: 13.240-187.

REGIME DE EXECUÇÃO: EMPREITADA POR PREÇO GLOBAL

AMPARO LEGAL: LEI FEDERAL Nº 14.133/2021 c.c 12.232/2010 E DEMAIS LEGISLAÇÕES PERTINENTES.

Este Edital encontra-se disponível no site da Prefeitura através do endereço eletrônico www.jarinu.sp.gov.br.

Informações adicionais podem ser obtidas junto, à Comissão de Contratação, Fone: (11) 4016-8200. E-mail: compraspmj@jarinu.sp.gov.br

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº: 003/2025
EDITAL Nº: 15/2025
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº: 808/2024
TIPO DE JULGAMENTO: TÉCNICA E PREÇO

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PELA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA PARA ATENDIMENTO DA SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIAÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO, COM O OBJETIVO DE PROMOVER A VENDA DE BENS OU SERVIÇOS DE QUALQUER NATUREZA, DIFUNDIR IDEIAS OU INFORMAR O PÚBLICO EM GERAL, CONFORME EDITAL E ANEXOS

"A Prefeitura Municipal de Jarinu, torna público que fará realizar licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA PÚBLICA,** na forma **PRESENCIAL**, com critério de julgamento **TÉCNICA E PREÇO**, objetivando a **contratação de serviços de publicidade pela Administração Pública para atendimento da Secretaria Municipal de Governo, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral**, nos termos da Lei Federal nº 14.133/2021, Lei Federal 12.232/2010, Decreto Municipal nº 3348 de 02 de outubro de 2023, Lei Complementar Federal nº 123/2006 com alterações da Lei Complementar nº 147/2014, Lei Federal nº 5.764/71 e condições estabelecidas pelo presente Edital".

1. DO OBJETO

1.1. A presente licitação tem como objeto a **contratação de serviços de publicidade pela Administração Pública para atendimento da Secretaria Municipal de Governo, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral,** conforme Edital e Anexos.

1.2. As despesas decorrentes da contratação do objeto desta licitação correrão à conta da dotação orçamentária **04120022.002000.3393.00.00.00, ficha 1487, Outros Serviços de Terceiros – Pessoa - fonte 01.**

1.3. O valor estimado para esta contratação é de **R$ 600.000,00** (seiscentos mil reais), pelo período de 12 (doze) meses.

2. DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

2.1. O Agente de Contratação que conduzirá este certame foi nomeado juntamente com a Comissão de Contratação pela Portaria nº 12.839, de 02 de maio de 2024.

2.2. A utilização da forma presencial na presente licitação se justifica pelos fatos narrados no correspondente processo administrativo.

2.3. Os pedidos de esclarecimentos deverão ser solicitados em até 3 (três) dias úteis anteriores a data de abertura do certame através de e-mail para o endereço eletrônico: compraspmj@jarinu.sp.gov.br em horário comercial das 08H00M às 17H00M, indicando no preâmbulo da mensagem o CNPJ, Razão Social, número do Edital e nome do representante solicitante, se pessoa jurídica e CPF para pessoa física e disponibilizar as informações (endereço completo, telefone e e-mail) para envio de resposta.

2.4. As impugnações poderão ser protocoladas através do link: https://jarinu.1doc.com.br/atendimento ou diretamente na Prefeitura Municipal de Jarinu.

2.5. Não serão aceitas impugnações enviadas vias: correio, e-mail, fax, ou qualquer outro meio diferente do descrito no item 2.2.1.

2.6. Os pedidos de esclarecimentos poderão ser realizados pelos seguintes meios: através do link: https://jarinu.1doc.com.br/atendimento ou diretamente na Prefeitura Municipal de Jarinu, no setor de Protocolo ou ainda por e-mail: compraspmj@jarinu.sp.gov.br.

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

2.8. O Agente de Contratação publicará na página eletrônica do site da PREFEITURA MUNICIPAL DE JARINU as respostas aos questionamentos, avisos e comunicações pertinentes ao certame, cabendo ao interessado manter o acompanhamento diário quanto às atualizações das informações, nos prazos estabelecidos neste Edital e/ou Lei federal nº 14.133/2021.

3. CREDENCIAMENTO

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

3.2. 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 competente.

3.3. 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. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão de Licitação cópia autenticada do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

3.4. 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.

3.5. 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.

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

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

4. DAS CONDIÇÕES GERAIS DE PARTICIPAÇÃO

4.1. Poderão participar desta licitação as empresas pertencentes ao ramo de atividade compatível com o objeto desta licitação.

4.2. Não poderão participar da presente licitação:

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

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

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

d) Que estejam cumprindo suspensão temporária de participação e impedimento de contratar com a Administração ou tenham sido declaradas inidôneas para licitar ou contratar com a Administração Pública.

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

5. HABILITAÇÃO

5.1. Os documentos relativos à habilitação deverão ser apresentados numerados no Envelope Nº 5 “Documentos de Habilitação”, lacrado, que será recebido no local, dia e hora mencionada no preâmbulo deste Edital, constando as seguintes informações na sua face externa:

Concorrência Pública Nº 003/2025. Envelope Nº 5 “Documentos de Habilitação” Razão Social:..... CNPJ:..... Encerramento: 15/05/2025. Horário: 09:00 horas.

5.2. Os documentos a serem apresentados no Envelope Nº 5 “Documentos de Habilitação” serão aceitos nos termos do Art. 32 caput da Lei nº 14.133/2021 e na seguinte conformidade:

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

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

c) Os documentos necessários à habilitação poderão ser apresentados em original, por qualquer processo de cópia autenticada por Cartório competente. As cópias poderão ainda ter sua autenticidade atestada por servidor público municipal, mediante a apresentação do documento original, nos termos do que dispõe a Lei Federal de nº 13.726, de 8 de outubro de 2018.

c.1) No caso de apresentação dos documentos originais, as empresas deverão apresentar as respectivas cópias para serem autenticadas com antecedência mínima de até 30 (trinta) minutos antes das entregas dos envelopes no balcão da Divisão de Compras.

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

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

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

5.6. Habilitação Jurídica

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

a) Para empresa Individual: Constituição da empresa e suas alterações.

b) Para Sociedade Empresária: Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor e a última alteração devidamente registrados.

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

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

e) Para Empresa ou Sociedade Estrangeira em funcionamento no Brasil: Decreto de autorização, e ato de registro ou autorização para funcionamento, expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

5.6.2. As empresas que se enquadram como Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte deverão apresentar, no Envelope Nº 5 “Documentos de Habilitação”, a declaração constante do **Anexo IV** – Modelo de Declaração de Enquadramento como Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte – para fazerem jus aos benefícios da Lei Complementar nº 123/06 e Lei Complementar nº 147/14.

5.7. Regularidade Fiscal

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

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

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

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

d) Certidão de Débitos relativos aos Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida pela Secretaria da Receita Federal, com prazo de validade em vigor.

e.1) O item acima deverá ser obtido no *site* da Receita Federal.

e) Certidão de Débitos Mobiliários expedida pela Fazenda Municipal do domicílio ou da sede da licitante, ou outra equivalente, na forma da Lei.

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

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

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

5.7.5. Em não havendo regularização consoante previsão do subitem 4.7.4, implicará em decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas neste Edital, sendo facultada convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação para assinatura do contrato ou revogar a licitação nos termos do Art. 43, §2º, da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006.

5.8. Regularidade Trabalhista

a) Declaração assinada por representante legal do licitante de que não outorga trabalho noturno, perigoso ou insalubre a menores de 18 (dezoito) anos, e qualquer trabalho a menores de 16 (dezesseis) anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos, conforme modelo constante do **Anexo V**.

b) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho.

5.9. Qualificação Econômico-Financeira

a) Balanço patrimonial e demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de 03 (três) meses da data de apresentação da proposta;

a.1) Em se tratando de sociedade constituída há menos de 12 (doze) meses, no exercício social em curso, a empresa deverá apresentar o Balanço de Abertura;

a.2)A comprovação da boa situação financeira da empresa, que será calculada a partir das demonstrações financeiras do último exercício social, já exigível e apresentada na forma da Lei, adotando duas casas decimais, deverá seguir o seguinte:

a) Índice de Liquidez Corrente (ILC) igual ou maior que 1,0 (um), obtido pela fórmula: ILC = AC/PC;
b) Índice de Liquidez Geral (ILG) igual ou maior que 1,0 (um), obtido pela fórmula: ILG = (AC+RLP)/(PC+PNC);

c) Grau de Endividamento (GE) no máximo igual a 0,50 (zero vírgula cinquenta), obtido pela fórmula: GE = (PC+PNC)/AT;

Índice de Liquidez Corrente = ativo circulante ÷ passivo circulante
Índice Liquidez Geral = (ativo circulante + realizável a longo prazo) ÷ (passivo circulante + exigível a longo prazo)
Grau de Endividamento = (passivo circulante + exigível a longo prazo) ÷ ativo total.

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

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

5.10. Qualificação Técnica

a) Atestado(s), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, necessariamente em nome da licitante, atestando que prestou serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência;

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

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

5.11. Das Declarações

5.11.1. As seguintes documentações deverão ser apresentadas devidamente preenchidas e assinadas dentro do envelope Nº 1 “Documentos de Habilitação”:

a) Anexo III – Declaração de Concordância com os Termos do Edital.

b) Anexo IV – Modelo de Declaração de Enquadramento como Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte, somente em conformidade com o subitem **5.6.2.**

c) Anexo V - Modelo de Declaração Conjunta

d) Anexo VI – Planilha de Preços.

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

6. PROPOSTA DE TÉCNICA

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

ENVELOPE Nº 1

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

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

6.1.3. O envelope padronizado deverá ser retirado pela interessada a partir do dia **20 de março de 2025**, de segunda a sexta-feira, no horário das 9h:00min às 15h:00min, junto à Divisão de Compras, no Paço Municipal, localizado na Praça Francisco Alves de Siqueira Jr, 111 - Jardim da Saúde, Jarinu/SP, CEP: 13240-187;

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

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

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

a) ter nenhuma identificação;

b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;

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

ENVELOPE Nº 2

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

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

> Concorrência Pública Nº 003/2025.
> Envelope Nº 2 "Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada".
> Razão Social:.....
> CNPJ:.....
> Encerramento: 15/05/2025.
> Horário: 09:00 horas.

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

ENVELOPE Nº 3

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

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

> Concorrência Pública Nº 003/2024.
> Envelope Nº 3 "Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação".

Razão Social:.....
CNPJ:.....
Encerramento: 15/05/2025.
Horário: 09:00 horas.

6.3.2. O Envelope nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.
6.3.3. O Envelope nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope nº 2.

7. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

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

ENVELOPE Nº 4

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

Concorrência Pública Nº 003/2024.
Envelope Nº 4 “Proposta de Preços”.
Razão Social:.....
CNPJ:.....
Encerramento: 15/05/2025
Horário: 09:00 horas.

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

7.4. O envelope Nº 4 “Proposta de Preço” deverá ser apresentado na seguinte conformidade:
a) A proposta comercial deverá ser apresentada em via única, original, de forma clara e objetiva em português, sem quaisquer emendas, rasuras, entrelinhas ou ressalvas e devidamente assinada pelo responsável.
b) Indicar a Razão Social do proponente, número da inscrição do CNPJ, endereço, número do contato telefônico e endereço de correio eletrônico (*e-mail*).
c) Identificar o objeto desta licitação, o número do Processo e o número da Concorrência Pública.
d) Ter validade de, no mínimo, 60 (sessenta) dias corridos, a contar da data da abertura dos envelopes.
e) A proposta deverá apresentar os preços dos serviços, em moeda corrente nacional, incluindo todos os tributos incidentes e encargos.
7.5. Não serão aceitas propostas enviadas via fac-símile, *e-mail*, ou qualquer outra forma diferente da especificada no presente Edital, bem como propostas preenchidas a lápis.
7.6. As propostas não poderão impor condições e deverão limitar-se ao objeto desta licitação, sendo desconsideradas quaisquer alternativas de preço ou qualquer outra condição não prevista no Edital e seus anexos.

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

7.8. A simples participação neste certame implica:

a) A aceitação de todas as condições estabelecidas neste Edital e seus anexos.

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

8. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

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

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

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

8.3. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma:

a) em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;

b) capa e contracapa em papel A4 branco (sulfite/offset), com 90 gr/m2, ambas em branco;

c) conteúdo impresso em papel A4, branco (sulfite/offset), com 90 gr/m2, orientação retrato;

d) espaçamento de 3cm nas margens esquerda e 2cm na margem direita a partir da borda;

e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

f) espaçamento “simples” entre as linhas e duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;

g) alinhamento justificado do texto;

h) texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, cor “preta”, tamanho “12 pontos”, observado o disposto nos subitens 1.4, 1.6 e 1.7;

i) numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;

j) sem nenhum tipo de identificação da licitante.

8.4. As especificações do subitem 8.3 não se aplicam às peças e material de que trata a alínea 'b' do subitem 8.16.3 e à indicação prevista no subitem 8.18.5.

8.5. Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráfico e ou tabela, observadas as seguintes regras:

a) os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;

b) os dados e informações dos quadros e ou tabelas devem ser editados na fonte "Arial", estilo "normal", cor "automático", tamanho "10 pontos";

c) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e ou tabelas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 8.11, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

8.6. Os gráficos, tabelas e planilhas integrantes do subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores.

8.7. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesito poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado.

8.8. Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesito Ideia Criativa deverão estar inclusos no caderno de que trata o subitem 8.3.

8.9. Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Envelope nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas demais exigências do edital.

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

8.11. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 8.16.3 estão limitados, no conjunto, a 20 (vinte) páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquesitos.

8.12. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não tem limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto nas demais exigências do edital.

8.13. Para fins desta concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagens publicitária.

8.14. Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquesitos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

8.15. Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 8.3, no que couber.

8.16. 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 Briefing (Anexo XIV), observadas as seguintes disposições:

8.16.1. **Raciocínio Básico**: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da **CONTRATANTE** para enfrentar o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s);

8.16.2. **Estratégia de Comunicação Publicitária**: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) e alcançar os objetivos, geral 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.

8.16.3. **Ideia Criativa**: apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 8.16.2, com comentários sobre cada peça e ou material.

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

8.17. Os comentários mencionados na alínea 'a' do subitem 8.16.3 estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material.

8.18. Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea 'b' do subitem 8.16.3:

a) estão limitados **a 5 (cinco),** independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material;

b) podem ser apresentados sob a forma de:

b1) roteiro, layout e ou *storyboard* impressos, para qualquer meio

b2) protótipo ou "monstro", para peças destinadas a rádio e internet;

b3) *storyboard* animado ou *animatic*, para TV e cinema.

c) só serão aceitos exemplos finalizados em caso de não mídia impressa.

8.18.1. Na elaboração do *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução. Não podem ser inseridas imagens em movimento.

8.18.2. Os *storyboards* animados ou *animatics* e os protótipos ou "monstros" poderão ser apresentados em Pendrive executável em computadores pessoais, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

8.18.3. Os protótipos ou "monstros" de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

8.18.4. 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*, observado o disposto no subitem 1.9. Peças que não se ajustem às dimensões do Envelope nº 1 podem ser dobradas.

8.18.5. Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, "monstro" internet) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 8.16.3.

8.19. Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas "fisicamente", até o limite de que trata a alínea 'a' do subitem 8.18, devem ser observadas as seguintes regras:

a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;

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

c) peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior – *outdoor*, envelopamento de veículos, adesivagem de *fingers* – entre outros), será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagens única;
d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados uma peça;
e) um filme e o *hotsite* em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
f) um *banner* e o *hotsite* para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
g) um *hotsite* cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao *hotsite*, será considerado uma peça.

8.20. Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere a alínea 'g' do subitem 8.19, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

8.21. Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:

a) apresentação em que a 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 a licitante identificará todas as peças e ou material destinados a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

8.22. Todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 8.16.3 deverão constar dessa simulação.

8.23. 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.

8.24. Nessa simulação:
a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

8.25. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da licitante, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por

quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

Capacidade de Atendimento

8.26. 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.
8.27. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 8.24 poderá ser editada em papel A3 dobrado.
8.28. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 8.24 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope nº 2.
8.29. Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento.
8.30. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará:
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 discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
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 da **CONTRATANTE**, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

Repertório

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

8.32. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 8.30 poderá ser editada em papel A3 dobrado.
8.33. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope nº 2.
8.34. Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.
8.35. O Repertório será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.
8.36. A licitante deverá apresentar 10 (dez) peças ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.
8.37. As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 2018.
8.38. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em Pendrive.
8.39. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 830, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.
8.40. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.
8.41. Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 8.36, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista na alínea ‘c’ do subitem 9.3.1.
8.42. Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.
8.43. As peças e ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e ou aprovados pela **CONTRATANTE**.

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

8.44. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte “Arial”, tamanho "12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
8.45. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 8.42 poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 8.36 o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.
8.46. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope nº 2.
8.47. A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.
8.48. As propostas de que trata o subitem 8.47 devem ter sido implementadas a partir de 2018.

8.49. Se a licitante apresentar apenas 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade de pontuação máxima prevista na alínea 'd' do subitem 9.3.1.
8.50. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e ou aprovadas pela **CONTRATANTE**.
8.51. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. Todas as páginas do relato devem estar assinadas pelo autor do referendo.
8.52. É permitida a inclusão de até 2 (duas) 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 Pendrive;
II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 8.42, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. 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 a resolver.
8.53. Se apresentadas soltas, as peças gráficas poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

9. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

9.1. A Subcomissão Técnica prevista analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital e em seus anexos.
9.2. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito:
9.2.1. Plano de Comunicação Publicitária
9.2.2. Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:
a) das funções e do papel da **CONTRATANTE** nos contextos social, político e econômico.
b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da **CONTRATANTE** com seus públicos;
c) das características da **CONTRATANTE** e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
e) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pela **CONTRATANTE**;
f) das necessidades de comunicação da **CONTRATANTE** para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s);
9.2.3. Estratégia de Comunicação Publicitária
a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da **CONTRATANTE** e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação;
b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da **CONTRATANTE** com seus públicos;
d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação da **CONTRATANTE**;
e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;

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

9.2.4. Ideia Criativa

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

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

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

d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

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

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

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

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

i) a exequibilidade das peças e ou do material;

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

9.2.5. Estratégia de Mídia e Não Mídia

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

b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;

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

d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da **CONTRATANTE**;

e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;

f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

9.2.6. Capacidade de Atendimento

a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;

b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;

c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da **CONTRATANTE**;

d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato.

e) a operacionalidade do relacionamento entre a **CONTRATANTE** e a licitante, esquematizado na proposta;

f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da **CONTRATANTE**, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

9.2.7. Repertório

a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;

b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;

c) a clareza da exposição das informações prestadas;

9.2.8. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

a) a evidência de planejamento publicitário;

b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;

c) a relevância dos resultados apresentados;
d) a concatenação lógica da exposição.

9.3. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.
9.3.1. Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:
a) Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco) pontos
a1) Raciocínio Básico: 10 (dez) pontos;
a2) Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte) pontos;
a3) Ideia Criativa: 20 (vinte) pontos;
a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze) pontos;
b) Capacidade de Atendimento: 15 (quinze) pontos;
c) Repertório: 10 (dez) pontos;
d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 10 (dez) pontos.
9.3.2. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica.
9.3.3. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.
9.3.4. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.
9.3.5. A nota de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.
9.4. Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior nota.
9.5. Será desclassificada a Proposta que:
a) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
b) não alcançar, no total, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;
c) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 9.2.2 a 9.2.5 e 9.2.6 a 9.2.8.
9.6. Em caso de empate, será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 9.2.1, 9.2.6, 9.2.7 e 9.2.8.
9.7. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio a ser realizado na própria sessão ou em ato público marcado pela Comissão de Licitação, cuja data será divulgada e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

10. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

10.1. A Proposta de Preços da licitante deverá ser:
a) apresentada em caderno único, em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;
b) elaborada em dois documentos distintos, descritos nos subitens 10.2 e 10.3;
c) datada e assinada nos documentos referidos nos subitens 10.2 e 10.3, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

10.2. A licitante deverá apresentar Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, a ser elaborada apenas com as informações constantes no anexo específico do edital.
10.3. A licitante deverá elaborar Declaração na qual:
a) estabelecerá os percentuais máximos a serem pagos pela **CONTRATANTE**:
a1) aos detentores de direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado;
a2) aos detentores dos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente ajustado.
b) comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à **CONTRATANTE** as vantagens obtidas.
c) informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas**.**
10.4. Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

11. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

11.1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital e em seus anexos.
11.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.
11.3. Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha, ressalvado que, nos termos da Lei 14.133/2021, não será aceito:
a) desconto superior a 60% (sessenta por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo (SINAPRO), referentes a peça e/ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/65.
11.3.1. Os honorários incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, serão os valores mínimos previstos nos itens 2.5.1, 3.6.1 e 3.6.2 das normas padrão da atividade publicitária do Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP).
11.3.2. Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Permanente de Licitação considerará o preço por extenso.
11.3.2. O prazo de validade da proposta de preços deverá ser de 60 (sessenta) dias, contados da data de sua apresentação.
11.4. A Comissão de Licitação deverá calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:

Desconto/Honorários	**Pontos (P)**
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços	IP = 60,0 x desconto
Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos “desconto” e “honorários” serão substituídos nas fórmulas da coluna Pontos pelas respectivas percentagens constantes de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo “%”.	

11.5. A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela mencionada e será definida como IP (índice de preço).
11.6. A Proposta de Preços que obtiver a maior nota será considerada como a de menor preço.
11.7. Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será considerado o preço por extenso.
11.8. Será desclassificada a proposta de preços que apresentar preços baseados em outra proposta ou que contiver qualquer condicionante para entrega dos bens e serviços.

12. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICA E PREÇOS

12.1. O julgamento final das propostas técnica e preços desta concorrência será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 14.133/2021 para o tipo técnica e preço, e adotará os seguintes procedimentos:
I – Identificação do índice técnico (IT) de cada licitante;
II – Identificação do índice de preços (IP) de cada licitante;
III – Identificação da pontuação final (PF) de cada licitante.
12.2. O índice técnico (IT) de cada licitante será obtido pela aplicação da fórmula
12.3. IT=PTL/MPT, utilizando-se duas casas decimais, onde:
IT = Índice técnico
PTL = Pontuação técnica da licitante;
MTP = Maior pontuação técnica dentre as apresentadas pelas licitantes.
12.4. A pontuação final (PF) de cada licitante será obtida pela aplicação da fórmula PF = (IT x PT) + (IP x PP), utilizando-se duas casas decimais, onde:
PF = Pontuação final
IT = Índice técnico
PT = Peso técnico, que corresponde a 6 (seis)
IP = índice de Preços
PP = Peso de preços, que corresponde a 4 (quatro)
12.5. Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas a licitante que obtiver a maior nota na pontuação final (PF) e tenha sido habilitada, observadas as disposições contidas no respectivo edital de licitação.

13. COMISSÃO DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

13.1. Esta concorrência será processada e julgada pela Comissão de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.
13.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, a ser composta nos termos de que trata o § 2º do art. 10 da Lei de nº 12.232/10.
13.3. A Portaria Municipal de nº 13.388 de 07 de março de 2025 nomeou a Subcomissão Técnica.

14. PROCEDIMENTO LICITATÓRIO

14.1. Serão realizadas 4 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes.
14.2. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido neste Edital.

19.3. Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas e Documentos de Habilitação nas sessões públicas.
14.4. A Comissão de Licitação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão, no interesse da **CONTRATANTE**, relevar aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência.
14.5. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos Envelopes com as Propostas Técnica e de Preços.
14.6. O julgamento das Propostas Técnicas e de Preços e o julgamento final deste certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados neste Edital.
14.7. Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.
14.8. Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão de Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.
14.9. A Comissão de Licitação poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.
14.10. Se os Envelopes das licitantes desclassificadas ou inabilitadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados do encerramento desta concorrência – após transcorrer o prazo para interposição de recurso contra o resultado final da licitação ou ter havido a sua desistência ou, ainda, terem sido julgados os recursos interpostos. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, a **CONTRATANTE** providenciará sua destruição.

PRIMEIRA SESSÃO

14.11. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no preâmbulo deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:
a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido neste Edital;
b) receber os Envelopes nº 1, nº 2, nº 3, nº 4 e nº 5;
c) conferir se esses Envelopes estão em conformidade com as disposições deste Edital.
14.11.1. O Envelope nº 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão de Licitação se não:
a) estiver identificado;
b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Envelope nº 2;
c) estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Envelope nº 2.
14.12. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas *'a*', '*b*' e '*c*' do subitem anterior, a Comissão de Licitação não receberá o Envelope nº 1, o que também a impedirá de receber os demais Envelopes da mesma licitante.
14.13. A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:
a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Envelopes nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Permanente de Licitação, e separá-los dos Envelopes nº 1 e nº 3;

b) retirar o conteúdo dos Envelopes nº 1;
c) abrir os Envelopes nº 3 e rubricar seu conteúdo;
d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos que constituem os Envelopes nº 1 e nº 3;
e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão.

14.14. A Comissão de Licitação, antes do procedimento previsto na alínea '*b*' do subitem anterior, adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

14.15. Se, ao examinar e/ou rubricar os conteúdos dos Envelopes nº 1 e nº 3, a Comissão de Licitação e ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão Permanente de Licitação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus Envelopes até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

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

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

14.18. Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 14.20 e seguintes.

14.19. Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão de Licitação pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos.

14.20. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados os seguintes procedimentos:
a) encaminhamento, pela Comissão de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Envelopes nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Licitação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;
d) encaminhamento, pela Comissão de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Envelopes nº 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
f) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Licitação, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

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

SEGUNDA SESSÃO

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

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) abrir os Envelopes nº 2;

c) cotejar as vias não identificadas (Envelope nº 1) com as vias identificadas (Envelope nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;

d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;

e) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;

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

TERCEIRA SESSÃO

14.24. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Licitação convocará as licitantes para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) abrir os Envelopes nº 4, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Envelopes nº 4;

d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;

e) identificar a Proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;

f) declarar vencedora do julgamento final das Propostas Técnica e de Preços a licitante mais bem-classificada na Proposta Técnica que tiver apresentado a Proposta de menor preço ou que concordar em praticar o menor preço entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas;

g) informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas será publicado na forma deste Edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso;

QUARTA SESSÃO

14.25. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Licitação convocará as licitantes, na forma

deste Edital, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) receber e abrir os Envelopes nº 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

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

d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Envelopes nº 5;

e) informar:

e1) o resultado da habilitação;

e2) que o resultado da habilitação será publicado na forma deste Edital, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo-se prazo de **5 (cinco) dias** úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a' da Lei nº 14.133/1993;

e3) que será publicado na forma deste Edital o nome da licitante vencedora desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

15. IMPUGNAÇÃO E RECURSOS ADMINISTRATIVOS

15.1. A interposição de recurso referente ao julgamento das propostas, à habilitação ou inabilitação de licitantes, à anulação ou revogação da licitação, observará o disposto no art. 164 e 165 da Lei Federal nº 14.133/2021, bem como art. 10 da Lei de nº 12.232/2010.

15.2. O prazo recursal é de 03 (três) dias úteis, contados da data de intimação ou de lavratura da ata.

15.3. As PROPONENTES serão comunicadas da interposição de recurso por meio de publicação no site www.jarinu.sp.gov.br

15.3.1. Os recursos serão disponibilizados no site www.jarinu.sp.gov.br, sendo de responsabilidade das PROPONENTES a obtenção. A partir da data de disponibilização as demais PROPONENTES terão o prazo de até 03 (três) dias úteis para apresentar as respectivas contrarrazões.

15.3.2. A oportunidade reservada a todos os PROPONENTES para que postulem a revisão do ato concretiza-se na impugnação ao recurso, em prazo que preclui antes do exercício do juízo de retratação. Assim, ainda que a interessada não tenha apresentado, no prazo acima, contrarrazões ao recurso posteriormente acolhido pela autoridade que se retrata, tem-se por encerrada a fase recursal.

15.3.3. A retratação da autoridade, realizada de ofício, que altere a condição de habilitação da proponente, reabrirá a fase recursal apenas no tocante à questão nova aduzida.

15.4. O recurso, subscrito por representante legal ou procurador com poderes específicos ou por pessoa credenciada, deverá ser protocolado através do link: https://jarinu.1doc.com.br/atendimento, ou diretamente na Prefeitura Municipal de Jarinu, no setor de Protocolo.

15.5. Não havendo interposição de recurso ou concluído o processamento de recurso(s) interposto(s), a autoridade competente, mediante verificação da regularidade dos atos praticados, adjudicará o objeto da licitação e homologará o resultado do procedimento.

16.DA CONTRATAÇÃO

16.1. A vencedora deverá assinar o instrumento contratual em até 05 (cinco) dias consecutivos a partir do comunicado expedido pela Administração.

16.2. Vigência contratual: o contrato terá vigência de 12 (doze) meses a contar de sua assinatura, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, conforme a lei.
16.3. Caso a proponente vencedora ao ser notificada para assinar o contrato, não o faça no prazo determinado no subitem 16.1, ou não solicite com justificativa a dilação do prazo por mais até 48 (quarenta e oito) horas, decairá o direito de celebrar o ajuste sem prejuízo das sanções estabelecidas nesta licitação. Caberá a Comissão convocar as demais licitantes classificadas, observando a ordem de classificação para assinatura do contrato, nas mesmas condições do primeiro colocado, inclusive quanto ao preço.

17.DA GARANTIA CONTRATUAL
17.1. O vencedor desta licitação se obriga recolher a título de garantia contratual, valor correspondente a 5% (cinco por cento) do valor global do contrato proposto.
17.2. A Garantia deverá ser recolhida por meio de uma das seguintes formas:
17.3. Por meio de boleto bancário, em moeda corrente, a ser retirado junto a Central de Atendimento ao Cidadão, localizada a Avenida Bernardino de Campos, 705 - Centro, o mesmo deverá ser apresentado juntamente com o comprovante de pagamento (antes da assinatura do contrato);
17.4. Títulos da dívida pública pelo seu valor nominal;
17.5. Fiança bancária ou seguro garantia.
17.6. A Garantia deverá ser recolhida até 15 (quinze) dias após a assinatura do termo de contrato.
17.7. Em se tratando de recolhimento em moeda corrente, o valor será contabilizado em conta vinculada especial e aplicada no mercado financeiro, sendo os rendimentos integrais da aplicação repassados ao contratado;
17.8. Quando por fiança bancária, o prazo de sua validade deverá ser coerente com o prazo de cumprimento do ajuste contratual, ou seja, o prazo de execução acrescido de 02 (dois) meses
17.9. O valor recolhido a título de garantia contratual será restituído após o término da vigência contratual.

18. PRAZO E LOCAL
18.1. Prazo de execução dos Serviços**:** todos os serviços relativos ao objeto do presente certame deverão ser iniciados em até 05 (cinco) dias após a emissão da respectiva Ordem de Serviço.
18.2. Local de execução: os serviços serão executados em todo o Município de Jarinu/SP, em locais a serem previamente fornecidos pela Secretaria Municipal de Governo.

19. DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO E REAJUSTE.
19.1. Condições de pagamento: O pagamento será realizado em medições mensais, com levantamento e registro das quantidades efetivamente executadas, de acordo com as Ordens de Serviço recebidas no mês, mediante apresentação de relatórios conforme solicitado no Anexo I – Termo de Referência para aprovação da Secretaria Municipal de Governo. E em até 15 (quinze) dias a contar da data do recebimento da nota fiscal eletrônica.
19.2. Os pagamentos serão *on-line* e deverá o vencedor informar em sua Nota Fiscal o número do banco, número da agência e o número da conta corrente para o respectivo depósito (preferencialmente informar contas dos bancos Banco do Brasil ou Caixa Econômica Federal). O número de conta corrente, agência e banco poderá ser informada por meio do *e-mail* tesouraria@jarinu.sp.gov.br com as informações completas do fornecedor.
19.3. O preço contratado não sofrerá reajuste.

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

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

19.6. Apresentar mensalmente com as notas fiscais, sob pena de retenção dos pagamentos, os seguintes documentos dos funcionários empregados na execução dos serviços:

a) Cópia das guias de recolhimento de FGTS e INSS devidamente autenticadas (quitadas) e cópia da SEFIP que deu origem as respectivas guias referentes ao mês de competência da folha de pagamento.

b) Cópia dos holerites.

c) Cópia de folha de frequência.

19.6.1. Em caso de não apresentação da documentação elencada nos subitens **11.6,** alíneas **"a", "b"** e **"c"**, o prazo para pagamento fluirá a partir da sua apresentação.

20. SANÇÕES

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

20.2. Na hipótese de apresentar documentação inverossímil ou de cometer fraude, a **CONTRATADA** poderá sofrer, cumulativamente, além de declaração de sua inidoneidade, sem prejuízo da comunicação do ocorrido aos Órgãos competentes, as sanções adiante previstas:

20.3. Multa correspondente a 10% do valor do contrato, e;

20.4. Suspensão temporária ao direito de licitar e impedimento de contratar com a Prefeitura Municipal de Jarinu, e cancelamento de seu Certificado de Registro Cadastral no Cadastro de Fornecedores do Município de Jarinu, pelo prazo de até 05 (cinco) anos, ou enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação perante esta Municipalidade.

20.5. Na hipótese de descumprimento por parte da **CONTRATADA** das obrigações constantes no Edital, Termo de Referência e àquelas assumidas no presente termo, ou ainda infringência de preceitos legais pertinentes, serão a ela aplicadas, com fundamento nos artigos 86 e 87 da Lei nº. 8.666/93, segundo a gravidade da falta cometida, seguintes penalidades:

a) Advertência e;

b) Multa pecuniária que deverá ser calculada na seguinte proporção:

c) Até o limite de 20% (vinte por cento) sobre o valor do contrato.

20.6. A multa constante do item anterior, poderá ser aplicada em seu limite mínimo ou máximo, ou seja, de 1% a 20% do valor do contrato, considerando a gravidade e eventuais prejuízos causados à Administração pelo descumprimento, a ser apurado no respectivo processo administrativo.

20.7. Suspensão temporária ao direito de licitar e impedimento de contratar com a Prefeitura Municipal de Jarinu e cancelamento de seu Certificado de Registro Cadastral no Cadastro de Fornecedores do Município de Jarinu, pelo prazo de até 05 (cinco) anos, ou enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação perante esta Municipalidade.

20.8. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que o contratado ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada.

20.9. Se der causa à rescisão do presente contrato sem justo motivo obrigar-se-á ao pagamento de multa equivalente a 20% (vinte por cento) do saldo remanescente deste instrumento, à época da ocorrência, a qual será revertida ao Contratante, garantindo sempre o direito à defesa.
20.10.O valor da multa será automaticamente descontado de pagamento a que o adjudicatário tenha direito, originário da aquisição ou da prestação de serviço anterior ou futuro.

21. DA RESCISÃO

21.1. Sem prejuízo da faculdade assegurada, a Prefeitura poderá declarar rescindido administrativamente o presente ajuste, por ato unilateral e escrito da Prefeitura, independentemente de interpelação judicial, extrajudicial ou qualquer indenização, nos seguintes casos:
a) O não cumprimento de cláusulas deste edital e do contrato, especificações ou prazos.
b) O cumprimento irregular de cláusulas deste edital e do contrato, especificações e prazos.
c) O atraso injustificado no início dos serviços.
d) O cometimento reiterado de faltas na execução, anotadas na forma do § 1º, do Art. 67, da Lei Federal nº 8.666/93.
e) A decretação de falência ou a instauração de insolvência civil.
f) A dissolução da sociedade ou o falecimento do contratado.
g) A alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da empresa que prejudique a execução do objeto.
h) Razões de interesse público, de alta relevância e amplo conhecimento, justificados e determinados pela máxima autoridade, e exaradas no processo administrativo a que se refere o objeto.
i) Ocorrência de caso fortuito ou de força maior, regularmente comprovada, impeditiva da execução do objeto.

22. DISPOSIÇÕES GERAIS

22.1. Durante a vigência do contrato a empresa **CONTRATADA** deverá manter, em compatibilidade com as obrigações por ela assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas neste Edital.
22.2. A Prefeitura Municipal de Jarinu, responsável pelo certame, reserva-se o direito de:
a) Revogá-la, no todo ou em parte, sempre que forem verificadas razões de interesse público decorrente de fato superveniente, ou anular o procedimento, quando constatada ilegalidade no seu processamento.
b) Alterar as condições deste Edital, reabrindo o prazo para apresentação dos envelopes, na forma da legislação, salvo quando a alteração não afetar a formulação das ofertas.
c) Adiar o recebimento dos envelopes, divulgando, mediante aviso público e justificado, a nova data.
22.3. A Comissão Julgadora, Comissão Específica e/ou a autoridade superior poderá, em qualquer fase da licitação, promover as diligências que considerar necessárias, para esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório.
22.4. A **CONTRATANTE** exercerá fiscalização da execução do objeto desta licitação, por meio de servidores designados, fiscalização essa que, em nenhuma hipótese, eximirá, nem reduzirá as responsabilidades da **CONTRATADA**, mediante termo circunstanciado, observando o objeto contratado.
22.5. Eventuais danos, diretos ou indiretos, decorrentes da execução do objeto desta licitação, serão de responsabilidade exclusiva da **CONTRATADA**.
22.6. O prazo de validade da proposta não poderá ser inferior a 60 (sessenta) dias, contados da data da abertura dos envelopes.

22.7. A Contratada reconhece os direitos da Contratante, em caso de rescisão administrativa, previstas nos Arts. 77 e seguintes da Lei nº 14.133/2021.
22.8. A Contratada, neste ato, declara concordar com todos os termos do presente edital, bem como as obrigações do regulamento administrativo previsto pela Contratante, além das penalidades pertinentes às Leis específicas à matéria Lei nº 14.133/2021 e suas atualizações, que fazem parte integrante do presente edital.
22.9. São vedadas as subcontratações do contrato a terceiros, no todo ou em parte.

23.DISPOSIÇÕES FINAIS
23.1. São partes integrantes e indissociáveis deste Edital:

- Anexo I – Termo de Referência.
- Anexo II – Termo de Credenciamento.
- Anexo III – Declaração de Concordância com os Termos do Edital.
- Anexo IV – Modelo de Declaração de Enquadramento como Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte.
- Anexo V – Modelo de Declaração Conjunta
- Anexo VI - Planilha de Preços.
- Anexo VII – Declaração de Conhecimento do Objeto.
- Anexo VIII – Termo de Ciência e de Notificação
- Anexo IX Declaração de Documentos à Disposição do TCESP
- Anexo X – Minuta de Contrato.
- Anexo XI – Link de acesso às Normas Padrão de Atividade Publicitária – CENP.
- Anexo XII – Link de acesso à Tabela Valores Referenciais de Serviços Internos – SINAPRO.
- Anexo XIII – Link de acesso à Identidade Visual do Município de Jarinu.
- Anexo XIV – Briefing.

23.2. Não havendo expediente ou ocorrendo qualquer fato superveniente que impeça a realização do certame na data marcada, a sessão será automaticamente transferida para o primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário e local anteriormente estabelecido, desde que não haja comunicação em contrário.
23.3. Os casos omissos, não previstos no presente Edital, serão solucionados pela Comissão Julgadora, ouvidos os órgãos técnicos e jurídicos da Prefeitura.
23.4. Para dirimir quaisquer questões decorrentes desta licitação, não resolvidas na esfera administrativa, será competente o foro da Comarca de Jarinu.

Jarinu, 17 de março de 2025.

MARIA APARECIDA ADOMAITIS
SECRETÁRIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO GERAL

ANEXO I

CONCORRÊNCIA ELETRÔNICA Nº: 003/2025
EDITAL Nº: 15/2025
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº: 808/2024

TERMO DE REFERÊNCIA

Contratação de Serviços de Publicidade pela Administração Pública

O princípio constitucional da publicidade impõe ao administrador o dever de dar amplo conhecimento a população sobre como está sendo gerida a coisa pública e como vem agindo aquelas pessoas a quem foi outorgado o dever / poder de administrar, no caso, o município.

Especificamente sobre a questão do princípio da publicidade, Celso Antônio Bandeira de Mello ensina que: "Consagra-se nisto (princípio da publicidade) o dever administrativo de manter plena transparência em seus comportamentos. Não pode haver em um Estado Democrático de Direito, no qual o poder reside no povo (art. 1º, parágrafo único, da Constituição), o ocultamento aos administrados dos assuntos que a todos interessam, e muito menos em relação aos sujeitos individualmente afetados por alguma medida. Tal princípio está previsto expressamente no art. 37, caput, da Lei Magna, ademais contemplado em manifestações específicas do direito à informação sobre assuntos públicos, quer pelo cidadão, pelo só fato de sê-lo, quer por alguém que seja pessoalmente interessado."

Partindo-se deste princípio constitucional, a contratação de serviços de publicidade está totalmente amparada e vinculada a Lei nº 12.232/10 que estabelece normas gerais sobre licitações e contratações pela administração pública de serviços de publicidade prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

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

Na contratação dos serviços de publicidade, ora referenciados, deverão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes: ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas; à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados; à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

Os serviços de publicidade serão contratados em agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, que poderá ser obtido perante o CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão), entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades

nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

A agência a ser contratada por esta administração só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem do contratante, se previamente os identificar e tiver sido por ele expressamente autorizada.

A modalidade prevista e autorizada pela Lei nº 12.232/10 nesta licitação será do tipo "técnica e preço", sendo que a proposta técnica será baseada na elaboração de um "briefing" de forma precisa, clara e objetiva e a proposta de preços conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário, no caso por meio do desconto padrão de agência, honorários sobre produção e desconto sobre a Tabela vigente do Sinapro-SP (Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo).

Para que possamos estipular o valor necessário na licitação devemos levar em consideração alguns pontos:
1º. Dotação orçamentária disponível;
2º. Frequência, cobertura, penetração e impacto da publicidade, ou seja, independentemente do tamanho do nosso município, os meios de comunicação precisam ser variados, interdependentes e complementares, incluindo-se os meios rádio, jornal, TV, outdoor, mídia digital (TV out of home), internet, painéis de rua, carro de som e faixas, além das peças de não-mídia como cartaz, folheto, folder, banner e cartilhas, entre outros. A administração municipal precisa desenvolver um trabalho de comunicação baseado em pesquisas e avaliações, detectando assim quais serão as peças e meios mais eficazes para que as mensagens da Prefeitura cheguem ao máximo de cidadãos possíveis.
3º. As novas diretrizes estabelecidas pela Lei nº 12.232/10 que estabelece o espectro de abrangência dos novos contratos de publicidade firmados com a administração pública, particularmente o art. 2º, parágrafo 1º e seus incisos;
4ª. A grande necessidade de divulgação dos atos e programas de governo, junto a população;
5ª. A necessidade de uma abrangência maior de nossas mensagens com fito a atingir setores produtivos em outras localidades, além de fomentar o turismo;
6º. O fato de que houve um desenvolvimento acelerado de novos meios e veículos de divulgação, particularmente quanto à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias (internet, Twitter, Flicker, Facebook, sítio da Prefeitura, entre outros), visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias;

7º. A necessidade de implantar um plano de ação publicitário completo e abrangente, e para tanto apropriar verbas equivalentes ao projeto, conforme estabelece os novos parâmetros da Lei nº 12.232/10 e conforme prescrito na Constituição Federal (grifo nosso),
Art. 5º: "Todos são iguais perante a Lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:
XXXIII - todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da Lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado;

Art. 37. A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência e, também, ao seguinte
§ 1º - A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

8º. O valor do contrato deve fazer jus aos valores praticados pelos veículos de comunicação de massa da região.

9º. Por último, ressaltamos que os valores estabelecidos no edital para um período de doze meses (valor este sendo uma prerrogativa do executivo municipal) e seu posterior contrato é de verba autorizativa, ou seja, a administração municipal não é, em momento algum, obrigada a gastar o valor integralmente, faz-se ali uma estimativa de gastos, não cabendo a contratada reivindicar o gasto da verba total estimada em contrato. Sendo assim, o valor necessário para este serviço técnico e especializado de natureza contínua é de R$ 600.000,00 (seiscentos mil reais). Destacamos, ainda, que todo e qualquer gasto nas campanhas apresentadas pela futura contratada só serão realizadas após análise realizada pelo departamento competente da administração municipal e autorização por escrito em cada orçamento.
10º. A contratada se comprometerá a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo e com os preços correspondentes a serem cobrados da contratante.

11º. A contratante se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade da verba prevista.

12º. A agência vencedora atuará de acordo com solicitação da Divisão de Imprensa e da Secretaria de Governo da Prefeitura de Jarinu.

13º. Os serviços serão prestados mediante prévia requisição de orçamento, a ser emitida pela Prefeitura de Jarinu. Os valores orçados pela agência serão submetidos à avaliação da Prefeitura, que terá prazo de dois dias para aprová-los ou rejeitá-los. Após a aprovação, será expedida a Ordem de Serviço, onde constará o prazo estipulado para execução.

14º. O prazo para execução das ordens de serviço será determinado pela Divisão de Imprensa e poderá ser revisado, a critério da Prefeitura de Jarinu, desde que justificado.

15º. Os serviços deverão ser executados com fornecimento de toda a mão de obra, material e equipamentos necessários.

16º. Os originais dos materiais desenvolvidos para a execução dos serviços, compreendendo artes, fotolito, filmes, entre outros, terão sua guarda sob a responsabilidade da agência vencedora, devendo estar disponíveis a qualquer tempo, sendo certo que o final do contrato, serão doados ao arquivo histórico do Município de Jarinu. Fica vedada sua transferência a agentes de qualquer natureza ou uso além das finalidades indicadas em plano de campanha específica.

Período de vigência contratual: 12 (doze) meses, podendo ser aditado conforme legislação vigente.

1. Apresentação e Elaboração da Proposta Técnica

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

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

1.2. 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

1.3. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma:

k) em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
l) capa e contracapa em papel A4 branco (sulfite/offset), com 90 gr/m2, ambas em branco;
m) conteúdo impresso em papel A4, branco (sulfite/offset), com 90 gr/m2, orientação retrato;
n) espaçamento de 3cm nas margens esquerda e 2cm na margem direita a partir da borda;
o) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
p) espaçamento “simples” entre as linhas e duplo após títulos e entretítulos e entre
q) parágrafos;
r) alinhamento justificado do texto;
s) texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, cor “preta”, tamanho “12 pontos”, observado o disposto nos subitens 1.4, 1.6 e 1.7;
t) numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
u) sem nenhum tipo de identificação da licitante.

1.4. As especificações do subitem 1.3 não se aplicam às peças e material de que trata a alínea ‘b’ do subitem 1.16.3 e à indicação prevista no subitem 1.18.5.
1.5. Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráfico e ou tabela, observadas as seguintes regras:

d) os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;
e) os dados e informações dos quadros e ou tabelas devem ser editados na fonte "Arial", estilo "normal", cor "automático", tamanho "10 pontos";
f) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e ou tabelas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 1.11, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

1.6. Os gráficos, tabelas e planilhas integrantes do subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores.

1.7. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesito poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado.

1.8. Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesito Ideia Criativa deverão estar inclusos no caderno de que trata o subitem 1.3.

1.9. Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Envelope nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas demais exigências do edital.

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

1.11. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 1.16.3 estão limitados, no conjunto, a 20 (vinte) páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquesitos.

1.12. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não tem limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto nas demais exigências do edital.

1.13. Para fins desta concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagens publicitária.

1.14. Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada** e seus subquesitos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

1.15. Essas páginas devem seguir as especificações do **subitem 1.3**, no que couber.

1.16. 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 Briefing **(Anexo I)**, observadas as seguintes disposições:

1.16.1. **Raciocínio Básico**: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da **CONTRATANTE** para enfrentar o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s);

1.16.2. **Estratégia de Comunicação Publicitária**: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing, compreendendo:

c) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;

d) 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.

1.16.3. **Ideia Criativa**: apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

c) 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 **subitem 1.16.2**, com comentários sobre cada peça e ou material.

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

1.17. Os comentários mencionados na **alínea 'a'** do **subitem 1.16.3** estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material.

1.18. Os exemplos de peças e ou material de que trata a **alínea 'b' do subitem 1.16.3:**

d) estão limitados a **5 (cinco)**, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material;

e) podem ser apresentados sob a forma de:

b1) roteiro, layout e ou *storyboard* impressos, para qualquer meio

b2) protótipo ou "monstro", para peças destinadas a rádio e internet;

b3) *storyboard* animado ou *animatic*, para TV e cinema.

f) só serão aceitos exemplos finalizados em caso de não mídia impressa.

1.18.1. Na elaboração do animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução. Não podem ser inseridas imagens em movimento.

1.18.2. Os storyboards animados ou animatics e os protótipos ou "monstros" poderão ser apresentados em Pendrive executável em computadores pessoais, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

1.18.3. Os protótipos ou "monstros" de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

1.18.4. 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*, observado o disposto no **subitem 1.9.** Peças que não se ajustem às dimensões do Envelope nº 1 podem ser dobradas.

1.18.5. Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, "monstro" internet) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na **alínea 'a' do subitem 1.16.3.**

1.19. Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas "fisicamente", até o limite de que trata a alínea 'a' do **subitem 1.18**, devem ser observadas as seguintes regras:

h) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;

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

j) peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior – *outdoor*, envelopamento de veículos, adesivagem de *fingers* – entre outros), será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagens única;

k) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados uma peça;

l) um filme e o *hotsite* em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;

m) um *banner* e o *hotsite* para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

n) um *hotsite* cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao *hotsite*, será considerado uma peça.

1.20. Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere a **alínea 'g' do subitem 1.19**, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

1.21. Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:

c) apresentação em que a 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;

d) simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material destinados a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

1.22. Todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do **subitem 1.16.3** deverão constar dessa simulação.

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

h) o período de distribuição das peças e ou material;

i) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

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

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

l) as quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;

m) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;

n) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e ou material de não mídia.

1.24. Nessa simulação:

d) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

e) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

f) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

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

Capacidade de Atendimento

1.26. 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.

1.27. Qualquer página com os documentos e informações previstos no **subitem 1.24** poderá ser editada em papel A3 dobrado.

1.28. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no **subitem 1.24** não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope nº 2.

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

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

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

g) 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;

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

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

j) 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 da **CONTRATANTE**, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

Repertório

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

1.32. Qualquer página com os documentos e informações previstos no **subitem 1.30** poderá ser editada em papel A3 dobrado.

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

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

1.35. O Repertório será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

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

1.37. As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 2018.

1.38. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em Pendrive.

1.39. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no **subitem 1.30**, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.
1.40. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.
1.41. Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no **subitem 1.36**, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista na **alínea 'c' do subitem 2.3.1.**
1.42. Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.
1.43. As peças e ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e ou aprovados pela **CONTRATANTE**.

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

1.44. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte "Arial", tamanho "12 pontos", em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
1.45. Qualquer página com os documentos e informações previstos no **subitem 1.42** poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no **subitem 1.45**, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.
1.46. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope nº 2.
1.47. A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.
1.48. As propostas de que trata o **subitem 1.45** devem ter sido implementadas a partir de 2018.
1.49. Se a licitante apresentar apenas 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade de pontuação máxima prevista na **alínea 'd' do subitem 2.3.1.**
1.50. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e ou aprovadas pela **CONTRATANTE**.
1.51. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. Todas as páginas do relato devem estar assinadas pelo autor do referendo.
1.52. É permitida a inclusão de até 2 (duas) 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 Pendrive;
II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no **subitem 1.42**, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. 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 a resolver.

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

2. Julgamento das Propostas Técnicas

2.1A Subcomissão Técnica prevista analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital e em seus anexos.

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

2.2.1 Plano de Comunicação Publicitária

2.2.2 Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:

g) das funções e do papel da **CONTRATANTE** nos contextos social, político e econômico.

h) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da **CONTRATANTE** com seus públicos;

i) das características da **CONTRATANTE** e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;

j) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;

k) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pela **CONTRATANTE**;

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

2.2.3 Estratégia de Comunicação Publicitária

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

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

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

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

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

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

2.2.4 Ideia Criativa

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

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

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

n) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

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

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

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

r) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;
s) a exequibilidade das peças e ou do material;
t) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

2.2.5 Estratégia de Mídia e Não Mídia
g) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
h) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
i) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;
j) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da **CONTRATANTE**;
k) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;
l) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

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

2.2.7 Repertório
d) a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;
e) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;
f) a clareza da exposição das informações prestadas;

2.2.8 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação
e) a evidência de planejamento publicitário;
f) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
g) a relevância dos resultados apresentados;
h) a concatenação lógica da exposição.

2.3A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de **100 (cem)** pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.
2.3.1 Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:
e) Plano de Comunicação Publicitária: **65 (sessenta e cinco)** pontos
a1) Raciocínio Básico: **10 (dez)** pontos;
a2) Estratégia de Comunicação Publicitária: **20 (vinte)** pontos;

a3) Ideia Criativa: **20 (vinte)** pontos;
a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia: **15 (quinze)** pontos;
f) Capacidade de Atendimento: **15 (quinze)** pontos;
g) Repertório: **10 (dez)** pontos;
h) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: **10 (dez)** pontos.

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

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

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

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

2.4 Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior nota.

2.5 Será desclassificada a Proposta que:

d) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
e) não alcançar, no total, a nota mínima de **70 (setenta)** pontos;
f) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os **subitens 2.2.2 a 2.2.5 e 2.2.6 a 2.2.8.**

2.6 Em caso de empate, será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos **subitens 2.2.1, 2.2.6, 2.2.7 e 2.2.8**.

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

3 Apresentação e Elaboração da Proposta de Preços

3.1 A Proposta de Preços da licitante deverá ser:

d) apresentada em caderno único, em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;

e) elaborada em dois documentos distintos, descritos nos **subitens 3.2 e 3.3;**

f) datada e assinada nos documentos referidos nos **subitens 3.2 e 3.3**, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

3.2 A licitante deverá apresentar Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, a ser elaborada apenas com as informações constantes no anexo específico do edital.

3.3 A licitante deverá elaborar Declaração na qual:

d) estabelecerá os percentuais máximos a serem pagos pela **CONTRATANTE**:

a1) aos detentores de direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado;

a2) aos detentores dos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente ajustado.

e) comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à **CONTRATANTE** as vantagens obtidas.

f) informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas**.**

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

4 Valoração das Propostas de Preços

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

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

4.3 Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha, ressalvado que, nos termos da Lei de nº 14.133/2021, não será aceito:

b) desconto superior a **60% (sessenta por cento)** em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo (SINAPRO), referentes a peça e/ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

4.3.1. Os honorários incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, serão os valores mínimos previstos nos itens 2.5.1, 3.6.1 e 3.6.2 das normas padrão da atividade publicitária do Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP).

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

4.3.2. O prazo de validade da proposta de preços deverá ser de 60 (sessenta) dias, contados da data de sua apresentação.

4.3.3. A Comissão de Licitação deverá calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:

Desconto/Honorários	**Pontos (P)**
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços	IP = 60,0 x desconto
Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos “desconto” e “honorários” serão substituídos nas fórmulas da coluna Pontos pelas respectivas percentagens constantes de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo “%”.	

4.4 A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela mencionada e será definida como IP (índice de preço).

4.5 A Proposta de Preços que obtiver a maior nota será considerada como a de menor preço.

4.6 Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será considerado o preço por extenso.

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

5 Julgamento final das propostas técnica e preços

5.1 O julgamento final das propostas técnica e preços desta concorrência será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 8.666/1993 para o tipo **técnica e preço,** e adotará os seguintes procedimentos:

I – Identificação do índice técnico (IT) de cada licitante;

II – Identificação do índice de preços (IP) de cada licitante;

III – Identificação da pontuação final (PF) de cada licitante.

5.2 O índice técnico (IT) de cada licitante será obtido pela aplicação da fórmula IT=PTL/MPT, utilizando-se duas casas decimais, onde:

IT = Índice técnico

PTL = Pontuação técnica da licitante, nos termos do item 2.3.1

MTP = Maior pontuação técnica dentre as apresentadas pelas licitantes.

5.3 A pontuação final (PF) de cada licitante será obtida pela aplicação da fórmula PF = (IT x PT) + (IP x PP), utilizando-se duas casas decimais, onde:

PF = Pontuação final

IT = Índice técnico

PT = Peso técnico, que corresponde a 6 (seis)

IP = índice de Preços

PP = Peso de preços, que corresponde a 4 (quatro)

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

_____
Dalto Soranz
Secretário Municipal de Governo

_____
Guilherme Barros Pereira
Secretário Adjunto de Governo

_____
João Vitor Areco Pranuvi Bento de Souza
Chefe da Divisão de Imprensa

ANEXO II

TERMO DE CREDENCIAMENTO

CONCORRÊNCIA ELETRÔNICA Nº: 003/2025
EDITAL Nº: 15/2025
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº: 808/2024

A empresa ....., C.N.P.J. nº ....., com sede na.....,....., representada pelo(a) Sr.(a) ....., CREDENCIA o(a) Sr.(a), ..., portador(a) do R.G. nº ..... e C.P.F. nº ..... para representá-la perante o Município de Jarinu em licitação na modalidade **Concorrência Pública Nº 003/2025**, cujo objeto é a "contratação de Serviços de Publicidade pela Administração Pública para atendimento da Secretaria Municipal de Governo, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral, conforme Edital e Anexos", para atendimento da Secretaria Municipal de Governo, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral, conforme Edital e Anexos", podendo praticar todos os atos inerentes ao certame, inclusive interpor e desistir de recursos em todas as fases licitatórias.

.....
Local e data

.....
Nome do Outorgante

.....
Nº do CPF

.....
Cargo do Outorgante

ANEXO III

DECLARAÇÃO DE CONCORDÂNCIA COM OS TERMOS DO EDITAL

CONCORRÊNCIA ELETRÔNICA Nº: 003/2025
EDITAL Nº: 15/2025
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº: 808/2024

A empresa ....., C.N.P.J. nº ....., aqui devidamente representada por ..... infra-assinado, **declara**, por este e na melhor forma de direito, concordar com os termo da **Concorrência Pública Nº 003/2025**, dos respectivos documentos e Anexos da licitação.

Declara que acatará integralmente quaisquer decisões que venham a serem tomadas Comissão Julgadora ou pela administração da Prefeitura Municipal de Jarinu, quanto a habilitação, classificação e adjudicação, ressalvados os nossos direitos legais de recursos.

Declara que não existe até o presente momento, qualquer impedimento quanto a habilitação no presente certame e, que caso venham a conhecer, no decorrer do certame, comprometemo-nos a comunicá-los de imediato a Prefeitura Municipal de Jarinu.

.....
Local e data

.....
Representante Legal

ANEXO IV

MODELO DE DECLARAÇÃO DE ENQUADRAMENTO COMO MICROEMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE.

CONCORRÊNCIA ELETRÔNICA Nº: 003/2025
EDITAL Nº: 15/2025
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº: 808/2024

À
Comissão Julgadora
Processo Administrativo nº 808/2024.
Concorrência Pública nº 003/2025

DECLARO, sob as penas da Lei, sem prejuízo das sanções e multas previstas neste ato convocatório, que a empresa ....., CNPJ nº ..... **é microempresa ou empresa de pequeno porte**, nos termos do enquadramento previsto na **Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006 e na Lei Complementar n° 147, de 07 de agosto de 2014**, cujos termos declaro conhecer na íntegra, estando apta, portanto, a exercer o direito de preferência como critério de desempate no procedimento licitatório do **Concorrência Pública nº 003/2025**, realizado pela Prefeitura Municipal de Jarinu/SP.

Por ser verdade, subscrevo-me.

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

.....
(assinatura e nome do representante legal da empresa proponente)

ANEXO V

MODELO DE DECLARAÇÃO CONJUNTA

CONCORRÊNCIA ELETRÔNICA Nº: 003/2025
EDITAL Nº: 15/2025
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº: 808/2024

À
Comissão Julgadora
Processo Administrativo nº 808/2024.
Concorrência Pública nº 003/2025

DECLARAÇÃO

A empresa _____, com sede na _____, inscrita no CNPJ n.º _____, através de seu representante legal o(a) Sr.(a) _____, _____ (nacionalidade), _____ (estado civil), portador(a) da Cédula de Identidade RG nº _____, inscrito(a) no CPF nº _____, residente à _____ (endereço completo), declara para todos os fins de direito, especificamente para participação da licitação na modalidade epigrafada e conforme Lei Federal nº 14.133/2021 e Constituição Federal, que:

a) Nossa empresa não está impedida de contratar com a Administração Pública do Município de Jarinu, direta ou indiretamente.

b) Não foi declarada inidônea pelo Poder Público de nenhuma esfera.

c) Não existe fato impeditivo à sua Habilitação.

d) Não possuímos no nosso quadro de pessoal, menores de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e menores de 16 (dezesseis) anos, em qualquer outro tipo de trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos, conforme disposto no Inciso XXXIII do Artigo 7º da Constituição.

e) Cumprimos a Cota de Aprendizes (se for o caso); conforme os Artigos 63, § 1º; Art. 92, Inciso XVII; e Artigos 116 e 137 – todos da Lei Federal nº 14.133/2021.

f) Não possuímos funcionários, dirigentes ou acionistas detentores do controle da empresa participante da licitação, que possuam vínculo direto ou indireto com a Prefeitura Municipal de Jarinu; tampouco de seus respectivos cônjuges, companheiros ou parentes até o Terceiro Grau (em linha reta, colateral ou por afinidade); incluindo os cargos de Prefeito, Vice-Prefeito, Secretários Municipais e Vereadores (em cumprimento às determinações legais).

g) Não temos Empregados ou Funcionários exercendo Trabalho Degradante ou Forçado em nossa cadeia produtiva (nos termos do Art. 1º, Incisos III e IV c.c. Art. 5º da Constituição Federal).

h) Está ciente de que deve seguir os padrões de segurança adequados ao Uso de Dados Pessoais de que trata a Lei Federal nº 13.709/2018 (LGPD).

i) Cumpriremos e Respeitaremos o Prazo de Garantia – promovendo todas as alterações, correções ou até mesmo refazer o projeto na íntegra em caso de vícios redibitórios devidamente comprovados; pelo prazo mínimo de 05 (cinco) anos – contados a partir da entrega definitiva do Objeto.

JARINU, ___ DE _____ DE 2025

Nome_____

RG/CPF_____

Cargo _____

OBS: Para os documentos que exigem assinatura do representante legal/procurador da licitante, informamos que aceitaremos **assinatura digital,** desde que acompanhadas da sua certificação para verificação/validação da assinatura.

ANEXO VI

PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO

CONCORRÊNCIA ELETRÔNICA Nº: 003/2025
EDITAL Nº: 15/2025
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº: 808/2024

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

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

Desconto, a ser concedido à **CONTRATANTE**, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo: _____ % (_____ por cento);

Jarinu, em ____ de _____ de 2025.

_____
Assinatura do representante legal

ANEXO VII

DECLARAÇÃO DE CONHECIMENTO DO OBJETO

CONCORRÊNCIA ELETRÔNICA Nº: 003/2025
EDITAL Nº: 15/2025
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº: 808/2024

À
Comissão Julgadora
Processo Administrativo nº 808/2024.
Concorrência Pública nº 003/2025
.

A empresa ....., inscrita no CNPJ nº....., sediada ....., telefone .....:....., *e-mail*: ....., por meio de seu representante, o Sr. ....., atesta sob as penas da lei, optou por não realizar a Visita Técnica e para tanto declara o conhecimento pleno do objeto da licitação bem como o local e as condições apresentadas para a prestação dos serviços, conforme Edital da **Concorrência Pública nº 003/2025.**

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

.....
Assinatura

ANEXO VIII

TERMO DE CIÊNCIA E DE NOTIFICAÇÃO

CONCORRÊNCIA ELETRÔNICA Nº: 003/2025
EDITAL Nº: 15/2025
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº: 808/2024

CONTRATANTE: PREFEITURA MUNICIPAL DE JARINU

CONTRATADO: _____

CONTRATO Nº (DE ORIGEM):_____

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PELA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA PARA ATENDIMENTO DA SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIAÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO, COM O OBJETIVO DE PROMOVER A VENDA DE BENS OU SERVIÇOS DE QUALQUER NATUREZA, DIFUNDIR IDEIAS OU INFORMAR O PÚBLICO EM GERAL

ADVOGADO (S)/ Nº OAB/email: (*)_____

Pelo presente TERMO, nós, abaixo identificados:

1. Estamos CIENTES de que:

a) o ajuste acima referido, seus aditamentos, bem como o acompanhamento de sua execução contratual, estarão sujeitos a análise e julgamento pelo Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, cujo trâmite processual ocorrerá pelo sistema eletrônico;

b) poderemos ter acesso ao processo, tendo vista e extraindo cópias das manifestações de interesse, Despachos e Decisões, mediante regular cadastramento no Sistema de Processo Eletrônico, em consonância com o estabelecido na Resolução nº 01/2011 do TCESP;

c) além de disponíveis no processo eletrônico, todos os Despachos e Decisões que vierem a ser tomados, relativamente ao aludido processo, serão publicados no Diário Oficial do Estado, Caderno do Poder Legislativo, parte do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, em conformidade com o artigo 90 da Lei Complementar nº 709, de 14 de janeiro de 1993, iniciando-se, a partir de então, a contagem dos prazos processuais, conforme regras do Código de Processo Civil;

d) as informações pessoais dos responsáveis pela contratante estão cadastradas no módulo eletrônico do "Cadastro Corporativo TCESP – CadTCESP", nos termos previstos no Artigo 2º das Instruções nº01/2024, 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.

JARINU, __ DE ____ DE 2025

AUTORIDADE MÁXIMA DO ÓRGÃO/ENTIDADE:

Nome: _____

Cargo:_____

CPF: _____

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

Nome: _____

Cargo:_____

CPF: _____

Assinatura: _____

RESPONSÁVEIS QUE ASSINARAM O AJUSTE:

Pelo contratante:

Nome: _____

Cargo:_____

CPF: _____

Assinatura: _____

Pela contratada:

Nome: _____

Cargo:_____

CPF: _____

Assinatura: _____

ORDENADOR DE DESPESAS DA CONTRATANTE:

Nome: _____

Cargo:_____

CPF: _____

Assinatura: _____

GESTOR DO CONTRATO:

Nome: _____

Cargo:_____

CPF: _____

Assinatura: _____

DEMAIS RESPONSÁVEIS (*):
Tipo de ato sob sua responsabilidade: _____
Nome:_____
Cargo:_____
CPF: _____

Assinatura: _____

(*) - O Termo de Ciência e de Notificação deve identificar as pessoas físicas que tenham concorrido para a prática do ato jurídico, na condição de ordenador da despesa; de partes contratantes; de responsáveis por ações de acompanhamento, monitoramento e avaliação; de responsáveis por processos licitatórios; de responsáveis por prestações de contas; de responsáveis com atribuições previstas em atos legais ou administrativos e de interessados relacionados a processos de competência deste Tribunal. Na hipótese de prestações de contas, caso o signatário do parecer conclusivo seja distinto daqueles já arrolados como subscritores do Termo de Ciência e de Notificação, será ele objeto de notificação específica.

ANEXO IX

DECLARAÇÃO DE DOCUMENTOS À DISPOSIÇÃO DO TCESP

CONCORRÊNCIA ELETRÔNICA Nº: 003/2025
EDITAL Nº: 15/2025
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº: 808/2024

CONTRATANTE: PREFEITURA MUNICIPAL DE JARINU

CNPJ Nº: 45.780.079/0001-59

CONTRATADA:

CNPJ Nº:

CONTRATO N° (DE ORIGEM):

DATA DA ASSINATURA:

VIGÊNCIA:

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PELA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA PARA ATENDIMENTO DA SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIAÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO, COM O OBJETIVO DE PROMOVER A VENDA DE BENS OU SERVIÇOS DE QUALQUER NATUREZA, DIFUNDIR IDEIAS OU INFORMAR O PÚBLICO EM GERAL

VALOR (R$):

Declaro(amos), na qualidade de responsável(is) pela entidade supra epigrafada, sob as penas da Lei, que os demais documentos originais, atinentes à correspondente licitação, encontram-se no respectivo processo administrativo arquivado na origem à disposição do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, e serão remetidos quando requisitados.

Em se tratando de obras/serviços de engenharia:

Declaro(amos), na qualidade de responsável(is) pela entidade supra epigrafada, sob as penas da Lei, que os demais documentos originais, atinentes à correspondente licitação, em especial, os a seguir relacionados, encontram-se no respectivo processo administrativo arquivado na origem à disposição do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, e serão remetidos quando requisitados:

a) memorial descritivo dos trabalhos e respectivo cronograma físico-financeiro;

b) orçamento detalhado em planilhas que expressem a composição de todos os seus custos unitários;

c) previsão de recursos orçamentários que assegurem o pagamento das obrigações decorrentes de obras ou serviços a serem executados no exercício financeiro em curso, de acordo com o respectivo cronograma;

d) comprovação no Plano Plurianual de que o produto das obras ou serviços foi contemplado em suas metas;

e) as plantas e projetos de engenharia e arquitetura.

JARINU, __ DE ____ DE 2025.

RESPONSÁVEL: (nome, cargo, e-mail e assinatura)

ANEXO X
MINUTA DE CONTRATO

CONCORRÊNCIA ELETRÔNICA Nº: 003/2025
EDITAL Nº: 15/2025
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº: 808/2024

CONTRATO Nº ___/2024 - FIRMADO NOS AUTOS DA CONCORRÊNCIA ELETRÔNICA Nº 003/2025- PROCESSO ELETRÔNICO Nº 808/2024

Termo de Contrato que entre si celebram, de um lado a **PREFEITURA MUNICIPAL DE JARINU**, Estado de São Paulo, inscrita no CNPJ sob nº 45.780.079/0001-59, com sede na Praça Francisco Alves Siqueira Junior, nº 111, Jardim da Saúde, Jarinu/SP, CEP: 13240-000, neste ato, representada pelo Secretário Municipal de Governo**, o Sr. Dalto Soranz**, brasileiro, casado, portador da Cédula de Identidade RG nº 22.202.635-2 SSP/SP e inscrita no CPF nº 134.435.028-30, residente e domiciliado em Jarinu/SP, aqui designada simplesmente Contratante e de outro lado a empresa a empresa _____**,** com sede na _____, Bairro, cidade, CEP:, inscrita no CNPJ nº _____, representada pelo **Sr.** _____, portador da cédula de identidade RG nº e CPF/MF nº , têm entre si justo e contratado a execução dos serviços acima mencionados, de acordo com o proposto na Concorrência Pública nº 003/2025, mediante as seguintes cláusulas e condições:

CLÁUSULA PRIMEIRA – OBJETO

1.1 CONTRATADA A EMPRESA _____, ESPECIALIZADA EM SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PELA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA PARA ATENDIMENTO DA SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIAÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO, COM O OBJETIVO DE PROMOVER A VENDA DE BENS OU SERVIÇOS DE QUALQUER NATUREZA, DIFUNDIR IDEIAS OU INFORMAR O PÚBLICO EM GERAL, DE ACORDO COM O PROPOSTO NA CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº XXX/2024.
1.2 DA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS:

I) Também integram o objeto, 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.

II) As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea ‘a’ do terão a finalidade de:

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

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.

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

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

V) A Agência atuará por ordem e conta do **CONTRATANTE**, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o objeto desta contratação e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.2 DO PRAZO DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS: Todos os serviços relativos ao objeto do presente contrato deverão ser iniciados em até 05 (cinco) dias após a emissão da respectiva Ordem de Serviço.

1.3 DO LOCAL DE EXECUÇÃO: Os serviços serão executados em todo o Município de Jarinu/SP, em locais a serem previamente fornecidos pela Secretaria Municipal de Governo.

1.4 A **CONTRATADA** obriga-se a seguir rigorosamente as especificações contidas no Termo de Referência, parte integrante deste instrumento.

CLÁUSULA SEGUNDA – VALOR

2.1 O valor total para fornecimento do objeto ora contratado é de **R$** ____ (_____), conforme proposta da **CONTRATADA**.

2.2 No valor estão incluídas todas as despesas e custos diretos e indiretos, tais como: tributos incidentes, taxa de administração, serviços, encargos sociais, trabalhistas, seguros, lucro, transporte, tributos referentes à Instrução Normativa RFB nº 1234/2012, alterada pela Instrução Normativa nº 2145/2023 e outros necessários ao cumprimento integral do objeto ora contratado, sem que caiba direito à **CONTRATADA** reivindicar custos adicionais.

CLÁUSULA TERCEIRA - DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

3.1 As despesas decorrentes do objeto contratado correrão por conta das seguintes dotações orçamentárias: 04120022.002000.3393.00.00.00 Outros Serviços de Terceiros – Pessoa / Ficha 1487 / fonte 1.

CLÁUSULA QUARTA - FORMA DE PAGAMENTO

4.1 Os pagamentos serão realizados em até 28 (vinte e oito) dias, contados da data dos serviços prestados, mediante apresentação da Nota Fiscal Eletrônica, na qual deverá constar o número do Processo Licitatório, número do Pregão, e liberação da Secretaria Competente, a qual será devidamente atestada, confirmando a prestação dos serviços.

4.1.1 Nos termos da instrução normativa RBF n° 1234/2012, alterada pela Instrução Normativa n° 2145/2023, bem como do Decreto Municipal n° 3.340/2023, a prefeitura Municipal de Jarinu realizará a retenção do Imposto de Renda (IR) no percentual aplicável aos serviços contratados.

4.2 Nenhum pagamento será realizado a contratada se houver alguma pendência contratual.

CLÁUSULA QUINTA – DO CONTRATO, REVISÃO DE PREÇOS E VIGÊNCIA

5.1 Homologada a licitação pela autoridade competente, será o licitante vencedor convocado para assinar o CONTRATO, que deverá fazê-lo no prazo máximo de 03 (três) dias úteis da convocação.

5.2 A Administração convocará regularmente o licitante vencedor para assinar o termo de contrato ou para aceitar ou retirar o instrumento equivalente, dentro do prazo e nas condições estabelecidas no edital de licitação, sob pena de decair o direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas em Lei.

5.2.1 O prazo de convocação poderá ser prorrogado 01 (uma) vez, por igual período, mediante solicitação da parte durante seu transcurso, devidamente justificada, e desde que o motivo apresentado seja aceito pela Administração.

5.2.2 Será facultado à Administração, quando o convocado não assinar o termo de contrato ou não aceitar ou não retirar o instrumento equivalente no prazo e nas condições estabelecidas, convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a celebração do contrato nas condições propostas pelo licitante vencedor.

5.2.3 Decorrido o prazo de validade da proposta indicado no edital sem convocação para a contratação, ficarão os licitantes liberados dos compromissos assumidos.

5.2.4 Na hipótese de nenhum dos licitantes aceitar a contratação nos termos do item 5.2.2, a Administração, observados o valor estimado e sua eventual atualização nos termos do edital, poderá:

I - convocar os licitantes remanescentes para negociação, na ordem de classificação, com vistas à obtenção de preço melhor, mesmo que acima do preço do adjudicatário;

II - adjudicar e celebrar o contrato nas condições ofertadas pelos licitantes remanescentes, atendida a ordem classificatória, quando frustrada a negociação de melhor condição.

5.2.5 A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato ou em aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida e o sujeitará às penalidades legalmente estabelecidas e à imediata perda da garantia de proposta em favor do órgão ou entidade licitante.

5.2.6 A regra do item **5.2.5** não se aplicará aos licitantes remanescentes convocados na forma do inciso I do item **5.2.4** deste artigo.

5.2.7 Será facultada à Administração a convocação dos demais licitantes classificados para a contratação de remanescente de obra, de serviço ou de fornecimento em consequência de rescisão contratual, observados os mesmos critérios estabelecidos nos itens 5.2.2 e 5.2.4 deste item.

5.3 Os contratos e seus aditamentos terão forma escrita e serão juntados ao processo que tiver dado origem à contratação, divulgados e mantidos à disposição do público em sítio eletrônico oficial.

5.4 DO REAJUSTE:

5.4.1 Os valores contratados serão fixos e irreajustáveis pelo período de 12 (doze) meses, salvo nos casos previstos no artigo 124, Inciso II, alínea d, da Lei Federal nº 14.133/2021.

5.4.2 Transcorrido o prazo de 12 (doze) meses, caso a administração opte pela prorrogação da vigência do CONTRATO, o valor contratado poderá ser reajustado, com base no índice INPC, acumulado dos últimos 12 (doze) meses.

5.4.2 A CONTRATO não será objeto de reajuste, repactuação, revisão, ou supressão ou acréscimo quantitativo ou qualitativo, sem prejuízo da incidência desses institutos aos contratos dela decorrente, nos termos da Lei Federal nº 14.133/2021, salvo no caso de prorrogação.

5.5 DO REEQUILIBRIO:

5.5.1 Na hipótese de a CONTRATADA solicitar alteração de preço(s), terá que requerer justificadamente, apresentando documento(s) que comprove(m) sua procedência, tais como: lista de preços de fabricantes, matérias-primas, transporte, nota fiscal de compras ou documentos similares referentes à data da apresentação da proposta e à data em que ocorreu o desequilíbrio econômico-financeiro do pactuado.

5.5.1.1 Somente será concedido reequilíbrio econômico-financeiro do preço contratado se configurada e comprovada a hipótese prevista no art.124, II, “d”, da Lei Federal nº 14.133/2021.

5.5.1.2 Não será apreciado o pedido de revisão de preços que não vier acompanhado de provas do desequilíbrio sofrido.

5.6 DA VIGÊNCIA:

5.6.1 O prazo de vigência do CONTRATO será de 12 (doze) meses e poderá ser renovado, nos termos da lei 14.133/2021, desde que comprovado o preço vantajoso, observados o valor estimado e sua eventual atualização nos termos do edital.

5.7 Quaisquer tributos ou encargos legais criados, alterados ou extintos, bem como a superveniência de disposições legais, quando ocorridas após a data de apresentação da proposta, de comprovada repercussão nos preços contratados, implicarão a revisão destes para mais ou menos, conforme ocaso.

CLÁUSULA SEXTA - DO PRAZO, DO LOCAL DE ENTREGA E DO RECEBIMENTO DEFINITIVO DO OBJETO.

6.1 O objeto adquirido deve estar de acordo com as normas específicas do setor, especialmente o contido no artigo 39, inc. VIII do código de defesa do consumidor.

6.2 O aceite e recebimento definitivo do objeto licitado se dará com atesto pelo responsável pelo seu recebimento, bem como com a liberação da Nota Fiscal Eletrônica para pagamento, a qual será devidamente certificada pela Secretaria competente.

6.2.1 No recebimento e aceitação do objeto da licitação, serão observadas, no que couber, as disposições contidas no art. de 140 da Lei Federal nº 14.133/2021 e suas alterações.

6.3 O recebimento definitivo não exime a contratada de suas responsabilidades, nos termos das prescrições legais.

CLÁUSULA SÉTIMA -– DO ACOMPANHAMENTO E FISCALIZAÇÃO:

7.1 Durante a vigência deste contrato, a execução do objeto será acompanhada e fiscalizada pelo Departamento de Comunicação da Prefeitura Municipal de Jarinu/SP ou por representantes do contratante, devidamente designados.

7.2 A contratada deve manter o preposto, aceito pela Administração do contratante, durante o período de vigência deste contrato, para representá-la sempre que for necessário.

7.3 A atestação de conformidade dos serviços e produtos caberá aos interlocutores designados pela contratante.

CLÁUSULA OITAVA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

8.1 Correrão por conta da **CONTRATADA** todos os encargos trabalhistas, previdenciários, comerciais e tributários, bem como todos os danos e prejuízos que por ventura possam a contratação causar à **PREFEITURA** e a terceiros durante a sua execução, em decorrência de ato da **CONTRATADA**, de seus prepostos ou subordinados, não respondendo a **PREFEITURA** nem solidária, nem subsidiariamente.

8.2 É obrigação da **CONTRATADA,** manter durante toda a execução do CONTRATO, em compatibilidade com as obrigações por ela assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

8.3 A **CONTRATADA**, através de seu representante legal devidamente munido dos instrumentos que o qualificarem como tal, deverá no prazo de cinco dias úteis contados da convocação feita pelo setor competente, apresentar-se para a assinatura do instrumento contratual sujeitando-se, em não o fazendo, às penalidades previstas do CONTRATO.

8.4 Quaisquer danos ou prejuízos que porventura possa o fornecimento causar a terceiros e a **PREFEITURA** durante a sua execução, em decorrência de ato da **CONTRATADA**, de seus prepostos ou subordinados, serão de responsabilidade da **CONTRATADA**, não se responsabilizando a **PREFEITURA** nem solidária, nem subsidiariamente.

8.5 Durante o prazo de validade do CONTRATO, a **CONTRATADA** fica obrigada a fornecer o objeto ora contratado nas quantidades indicadas em cada Ordem de Fornecimento (OF).

8.6 Homologado o procedimento, a **CONTRATADA** terá o **prazo de 02 (dois) dias úteis**, a contar da data de recebimento da notificação, para assinar o CONTRATO, sob pena de decair do direito ao CONTRATO, podendo, ainda, sujeitar-se às penalidades estabelecidas **no item 9.**

CLÁUSULA NONA – DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

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

9.1.1 deixar de entregar a documentação exigida para o certame ou não entregar qualquer documento que tenha sido solicitado pelo/a Pregoeiro/a durante o certame;

9.1.2 Salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado, não mantiver a proposta em especial quando:

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

9.1.2.2 injustificadamente, pedir para ser desclassificado quando encerrada a etapa competitiva; ou

9.1.2.3 deixar de apresentar amostra, quando exigido em Edital;

9.1.2.4 apresentar proposta ou amostra (quando exigido) em desacordo com as especificações do edital;

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

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

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

9.1.5 fraudar a licitação

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

9.1.6.1 agir em conluio ou em desconformidade com a lei;

9.1.1.2 induzir deliberadamente a erro no julgamento;

9.1.1.3 apresentar amostra (quando exigido no Edital) falsificada ou deteriorada;

9.1.7 praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação

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

9.2 Com fulcro na Lei Federal 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:

9.2.1 advertência;

9.2.2 multa;

9.2.3 impedimento de licitar e contratar e

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

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

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA - RESCISÃO CONTRATUAL

10.1 Constituem motivos para rescisão, garantidos o contraditório e a ampla defesa:

10.1.1 O não cumprimento de cláusulas contratuais, especificações ou prazos.

10.1.2 A lentidão de seu cumprimento, levando a **PREFEITURA** a comprovar a impossibilidade do fornecimento nos prazos estipulados.

10.1.3 Atraso injustificado no cumprimento do objeto.

10.1.4 A paralisação do fornecimento sem justa causa e prévia comunicação à Administração.

10.1.5 A subcontratação total do seu objeto, a associação do contratado com outrem, a cessão ou transferência total, bem como a fusão, cisão ou incorporação não autorizadas pela Prefeitura Municipal.

10.1.6 O desatendimento das determinações regulares da autoridade designada para acompanhar e fiscalizar a sua execução, assim como a de seus superiores.

10.1.7 Cometimento reiterado de faltas na sua execução, anotadas por fiscal da **PREFEITURA** em registro próprio, após determinação da regularização das faltas observadas.

10.1.8 A decretação da falência ou a instauração de insolvência civil.

10.1.9 A dissolução da sociedade ou o falecimento do contratado.

10.1.10 A alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da empresa que prejudique a execução do CONTRATO.

10.1.11 A ocorrência de caso fortuito ou de força maior, regularmente comprovada, impeditiva da execução do CONTRATO.

10.1.12 A substituição de marca/produto sem a devida autorização da **PREFEITURA**, através de solicitação formal em tempo hábil para manifestação dos setores requisitantes.

10.2 Constituem também motivos de rescisão os demais casos elencados nos artigos 137, 138 e 139 da Lei Federal nº 14.133/2021 e alterações.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - PUBLICAÇÃO

11.1 Dentro do prazo legal, a **PREFEITURA** providenciará a publicação no Diário Oficial, em resumo, do presente CONTRATO.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – FORO

12.1 Fica eleito o Foro Distrital da Vara Única de Jarinu/SP da Comarca de Atibaia/SP, com exclusão de qualquer outro, para nele dirimirem as questões oriundas deste CONTRATO.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DISPOSIÇÕES GERAIS

13.1 Rege o presente CONTRATO o Decreto Municipal nº 3348/2023, bem como em conformidade com as normas gerais da Lei Federal nº 14.133/2021, Lei Complementar nº 123/2006 com alterações da Lei Complementar nº 147/2014, Lei Federal nº 5.764/1971 e condições estabelecidas no Edital.

13.1.1 Os casos omissos serão resolvidos pelo Código Civil Brasileiro e demais legislações pertinentes à matéria e pelos princípios de Direito Administrativo.

13.2 Toda e qualquer alteração na política econômico-financeira por determinação do Governo Federal, que represente durante vigência do CONTRATO modificações em suas cláusulas, deverá implicar na elaboração de Aditamento para a sua adequação, por proposta da **PREFEITURA**.

13.3 Integra este CONTRATO, independente de transcrição, o EDITAL Nº 15/2025 do Concorrência Eletrônica Nº 003/2025, seus anexos, a Proposta da **CONTRATADA** e demais documentos pertinentes.

13.4 Constituem motivos para o cancelamento do CONTRATO as situações referidas no artigo 82 e 137 da Lei Federal nº 14.133/2021 e suas alterações.

13.5 As contratações do objeto do CONTRATO serão autorizadas pela **Prefeita Municipal** ou por quem ele delegar.

13.6 A emissão da Nota de Empenho, sua retificação ou cancelamento total ou parcial, bem como a elaboração do CONTRATO será igualmente autorizado pela **Prefeita Municipal de Jarinu**, ou por quem ele delegar.

13.7 A responsabilidade pela correta utilização do CONTRATO, especialmente no tocante ao seu objeto, agrupamento e preços é exclusiva da unidade orçamentária contratante e da **CONTRATADA**.

13.8 Durante a vigência do CONTRATO, a Administração Municipal poderá convocar os adjudicatários remanescentes, desde que haja conveniência, observada a ordem de

classificação das propostas, desde que o fornecimento seja feito nas mesmas condições da primeira classificada, nas seguintes hipóteses:

13.9.1 Inexecução contratual pelo primeiro classificado por qualquer motivo e consequente cancelamento do CONTRATO, inclusive em caso fortuito ou de força maior.

13.9.2 Revisão de preços do primeiro classificado, quando o novo preço resultar superior ao do segundo classificado, hipótese em que, nova ordem de classificação será estabelecida entre os preços registrados.

E, por estarem de acordo, declaram as partes que aceitam todas as disposições estabelecidas nas cláusulas deste CONTRATO, bem como que observarão fielmente as disposições legais e regulamentos pertinentes, pelo qual firmam o presente termo em duas vias de igual teor e único efeito, na presença de testemunhas.

JARINU/SP, DE DE 2025.

PELO CONTRATANTE:

Sr. Dalto Soranz
Secretário Municipal de Governo
Prefeitura Municipal de Jarinu
CNPJ nº 45.780.079/0001-59

PELO CONTRATADO:

(Empresa Contratada)
CNPJ
(Procurador, Sócio ou Diretor)
CPF

TESTEMUNHAS:

1. 2.

ANEXO XI

LINK DE ACESSO ÀS NORMAS PADRÃO DE ATIVIDADE PUBLICITÁRIA – CENP

CONCORRÊNCIA ELETRÔNICA Nº: 003/2025
EDITAL Nº: 15/2025
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº: 808/2024

https://download-files.wixmp.com/raw/2974c5_d5aa2a636c6844988c4cbc2035283f2d.pdf?token=eyJhbGciOiJIUzI1NiIsInR5cCI6IkpXVCJ9.eyJpc3MiOiJ1cm46YXBwOmU2NjYzMGU3MTRmMDQ5MGFhZWExZjE0OWIzYjY5ZTMyIiwic3ViIjoidXJuOmFwcDplNjY2MzBlNzE0ZjA0OTBhYWVhMWYxNDliM2I2OWUzMiIsImF1ZCI6WyJ1cm46c2VydmljZTpmaWxlLmRvd25sb2FkIl0sImlhdCI6MTcyNjc2NTM3MiwiZXhwIjoxNzI2NzY2MjgyLCJqdGkiOiI2YzQ1Y2JhZi1iN2E5LTRmNGEtYTg3NC0zYTY2NDNiZDUzMjkiLCJvYmoiOltbeyJwYXRoIjoiL3Jhdy8yOTc0YzVfZDVhYTJhNjM2YzY4NDQ5ODhjNGNiYzIwMzUyODNmMmQucGRmIn1dXSwiZGlzIjp7ImZpbGVuYW1lIjoiQ2VucF9Ob3JtYXMtUGFkclx1MDBlM28uMjAyNC5wZGYiLCJ0eXBlIjoiaW5saW5lIn19.N9VJGY0pfcU3p00-eu7Ebsj12euIOxEF4ll1OsO8UC4

ANEXO XII

LINK DE ACESSO À TABELA VALORES REFERENCIAIS DE SERVIÇOS INTERNOS – SINAPRO.

CONCORRÊNCIA ELETRÔNICA Nº: 003/2025
EDITAL Nº: 15/2025
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº: 808/2024

https://www.sinaprosp.org.br/wp-content/uploads/2019/04/Documento-Valores-Referenciais-de-Servi%C3%A7os-Internos-SINAPRO-SP-V%C3%A1lidos-a-partir-de-julho-de-2021-Atualizado-17-08-2021-2.pdf

ANEXO XIII

LINK DE ACESSO À IDENTIDADE VISUAL DO MUNICÍPIO DE JARINU

CONCORRÊNCIA ELETRÔNICA Nº: 003/2025
EDITAL Nº: 15/2025
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº: 808/2024

https://www.jarinu.sp.gov.br/xxxxxxxxxxxxxxxxx

ANEXO XIV

BRIEFING

CONCORRÊNCIA ELETRÔNICA Nº: 003/2025
EDITAL Nº: 15/2025
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº: 808/2024

Briefing para Concorrência Pública - Desenvolvimento de Peça Publicitária

1. Contextualização

O município de **Jarinu** está lançando um edital para a contratação de uma agência de publicidade com o objetivo de desenvolver uma peça publicitária para o **Centro de Soluções**, um espaço consolidado que centraliza diversos serviços essenciais para os cidadãos, incluindo:

- **Poupatempo**: Emissão de documentos como RG e CNH.
- **Junta Militar**: Suporte ao alistamento militar.
- **Sebrae**: Consultoria e orientações para pequenos e médios empreendedores.
- **Cursos gratuitos e de capacitação**: Voltados para o desenvolvimento pessoal e profissional.

O **Centro de Soluções** tem se mostrado um ponto central para atender às necessidades da população de Jarinu, oferecendo praticidade e eficiência na prestação de serviços. A campanha tem como foco reforçar a importância deste espaço e aumentar o conhecimento sobre os serviços disponíveis.

2. Objetivo

O objetivo da peça publicitária é **reforçar o papel do Centro de Soluções na vida dos cidadãos**, destacando os serviços oferecidos, a acessibilidade e a conveniência de ter todos esses serviços concentrados em um único local. A campanha deve incentivar mais pessoas a usufruírem dos serviços, mostrando o impacto positivo que o Centro de Soluções pode ter em suas vidas cotidianas.

3. Público-Alvo

O público-alvo principal são os moradores de Jarinu, com destaque para:

- **Famílias** que precisam de serviços do Poupatempo, como emissão de documentos.
- **Jovens e adultos** interessados em cursos de capacitação e qualificação.
- **Empreendedores locais** que buscam suporte e consultoria através do Sebrae.
- **Cidadãos que necessitam de diversos serviços públicos** de forma ágil e conveniente.

4. Desafios de Comunicação

A campanha deve:

- **Ampliar a conscientização** da população sobre a gama de serviços disponíveis no Centro de Soluções.
- **Motivar** o público-alvo a utilizar os serviços de forma mais frequente.
- Mostrar a **eficiência e a conveniência** de centralizar os serviços em um único local.
- Enfatizar o impacto positivo que o Centro de Soluções tem na vida dos cidadãos e no desenvolvimento da cidade.

5. Tom e Estilo da Comunicação

A comunicação deve ser:

- **Clara e acessível**: Usar uma linguagem simples e objetiva, de fácil compreensão para todos.
- **Positiva e inspiradora**: Transmitir uma mensagem de eficiência e cuidado com o cidadão.
- **Moderna e atrativa**: Refletir a funcionalidade e importância do Centro de Soluções por meio de imagens dinâmicas e linguagem visual atrativa.

6. Entregáveis Esperados

A agência contratada será responsável por desenvolver:

- **Peça publicitária principal**: Em formato de vídeo, outdoor, redes sociais, rádio, entre outros formatos, conforme estratégia de mídia.
- **Plano de comunicação**: Estruturação de uma campanha que maximize a visibilidade do Centro de Soluções em diferentes meios, com uma abordagem tanto informativa quanto motivacional.
- **Materiais complementares**: Criação de conteúdo adicional (flyers, banners, posts digitais) para reforçar a campanha em diversos canais.

7. Prazo

A campanha deve ser lançada até [prazo a ser definido], com possíveis ajustes no cronograma conforme necessário.

8. Critérios de Avaliação

As propostas serão avaliadas com base nos seguintes critérios:

- Criatividade na apresentação dos serviços e na motivação do público-alvo.
- Adequação ao perfil do público e aos objetivos da campanha.
- Qualidade técnica e estética da peça publicitária.
- Viabilidade de execução e plano de mídia.
- Experiência e portfólio da
- agência.

9. Considerações Finais

A peça publicitária deve reforçar o compromisso da administração municipal em oferecer serviços públicos de qualidade e acessíveis, promovendo a qualidade de vida dos cidadãos e o desenvolvimento local por meio do **Centro de Soluções**.