

DEPARTAMENTO ESTADUAL DE TRÂNSITO DETRAN-SP

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 01 / 2025

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS
DE PROPAGANDA**

SUMÁRIO

Edital	Página
1. Disposições Iniciais	01
2. Objeto	01
3. Valor Contratual e Recursos Orçamentários	03
4. Condições de Participação	03
5. Retirada do Edital	06
6. Esclarecimentos sobre o Edital	06
7. Impugnação do Edital	07
8. Credenciamento de Representantes	07
9. Recebimento das Propostas e dos Documentos de Habilitação	08
10. Entrega da Proposta Técnica	08
11. Apresentação da Proposta Técnica	10
12. Julgamento das Propostas Técnicas	19
13. Entrega da Proposta de Preços	24
14. Apresentação da Proposta de Preços	24
15. Julgamento das Propostas de Preços	26
16. Julgamento Final das Propostas Técnicas e de Preços	26
17. Entrega dos Documentos de Habilitação	27
18. Apresentação dos Documentos de Habilitação	27
19. Análise dos Documentos de Habilitação	32
20. Comissão Especial de Licitação e Subcomissão Técnica	34
21. Divulgação dos Atos Licitatórios	37
22. Recursos Administrativos	38
23. Procedimentos Licitatórios	38
24. Homologação e Adjudicação	44
25. Condições Pré-Contratuais	44
26. Garantia de Execução	46
27. Obrigações das Contratadas e do Contratante	46
28. Fiscalização	47
29. Remuneração e Pagamento	47
30. Sanções Administrativas	47
31. Disposições Finais	47

Anexos	Página
Anexo I - <i>Briefing</i>	50
Anexo II - Modelo de Procuração	58
Anexo III - Modelo de Proposta de Preços	59
Anexo III.A – Modelo de Declaração (Proposta)	61
Anexo IV – Modelo de Declaração (Habilitação)	63
Anexo V – Minuta de Contrato	64
Anexo VI – Modelo de Termo de Confidencialidade, Sigilo e Uso	105
Anexo VII – Avaliação Bimestral de Agência de Propaganda	107
Anexo VIII – Manual de Seleção Interna de Agência de Propaganda Contratada	120
Anexo IX – Estudo Técnico Preliminar	126

EDITAL DE CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 01 / 2025

Processo SEI nº 140.00245564/2024-60

Primeira Sessão Pública - Abertura

Data: 27/08/2025 às 11hs00.

Local: Auditório DETRAN/SP- Rua João Brícola, 32- 4º andar- Centro- São Paulo- SP.

1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

1.1. O Departamento Estadual de Trânsito – DETRAN-SP, doravante denominado ANUNCIANTE, por intermédio do de sua Diretora de Administração e Logística, Senhora Viviane Fernanda Dutra, RG nº 40.689.062-72SSP-RS e CPF nº 923.933.570-68, torna público aos interessados que realizará concorrência, do tipo melhor técnica, para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda.

1.2. Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei nº 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965 e nº 14.133/2021.

1.2.1. Aplicam-se também a esta concorrência os Decretos nº 43.833/1999, 66.019/2021 e 67.435/2023, bem como o Decreto federal nº 57.960/1966 e as disposições deste Edital.

1.3. Todas as sessões públicas desta licitação serão registradas em ata e gravadas em áudio e vídeo, e esse material será juntado aos autos do processo licitatório depois de seu encerramento, em atendimento ao artigo 17, §§ 2º e 5º da Lei n. 14.133/2021.

2. OBJETO

2.1. O objeto da presente concorrência é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse.

2.1.1 Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução dos contratos;

b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do contrato;

c) à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

2.1.1.1. A contratação dos serviços, elencados no subitem 2.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

2.1.1.2. O planejamento, previstos no subitem 2.1, objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

2.1.1.3. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;

c) possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

2.1.2. Os serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de pesquisa de opinião pública, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.1.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente, os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de divulgação.

2.2. Para a prestação dos serviços serão contratadas 03 (três) agências de propaganda, doravante denominada agências, licitantes ou contratadas.

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

2.2.2. As agências atuarão por ordem e conta do ANUNCIANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.2.3. A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 deste Edital.

2.2.4. As agências atuarão de acordo com solicitação do ANUNCIANTE, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame, e não terão, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1.

2.2.5. A seleção interna entre as agências de propaganda contratadas deverá obedecer ao “Manual de Seleção Interna de Agência de Propaganda Contratada” elaborado pela Secretaria de Comunicação do Governo do Estado de São Paulo, que faz parte deste Edital como Anexo VIII.

3. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

3.1. O valor da contratação decorrente deste Edital está estimado em **R\$ 70.000.000,00 (setenta milhões)**, pelos primeiros 12 (doze) meses.

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

UGE: 532403

FUNCIONAL PROGRAMÁTICA: 04125530449910000

PTRES: 535808

FONTE RECURSO: 175220006

NATUREZA DA DESPESA: 339039.18

3.3. O DETRAN-SP se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

3.4. No interesse do ANUNCIANTE, a contratada ficará obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto no. Art. 125 da Lei 14.133/2021

3.5. Se o ANUNCIANTE optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

3.5.1. Na prorrogação, o ANUNCIANTE poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com a contratada, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução do contrato.

3.5.2. O ANUNCIANTE poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a contratada, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado, por meio de termo aditivo.

4. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

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

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

- a) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com a Administração Pública estadual, direta e indireta;
- b) que tenha sido considerada inidônea, pela Administração Pública Federal, estadual ou municipal;
- c) que não tenham representação legal no Brasil com poderes expressos para receber citação e responder administrativa ou judicialmente;
- d) estrangeira que não funcione no País;
- e) autora do *Briefing*, pessoa física ou jurídica, isoladamente ou em consórcio, ou empresa da qual o autor do *Briefing* seja dirigente, gerente, controlador, acionista ou detentor de mais de 5% (cinco por cento) do capital com direito a voto, responsável técnico ou subcontratado, sendo certo que equiparam-se aos autores do Briefing as empresas integrantes do mesmo grupo econômico;
- f) cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com o ANUNCIANTE;
- g) que mantenha vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do ANUNCIANTE ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau;
- h) empresas controladoras, controladas ou coligadas, nos termos da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, concorrendo entre si;
- i) pessoa física ou jurídica que, nos 5 (cinco) anos anteriores à divulgação do edital, tenha sido condenada judicialmente, com trânsito em julgado, por exploração de trabalho infantil, por submissão de trabalhadores a condições análogas às de escravo ou por contratação de adolescentes nos casos vedados pela legislação trabalhista;
- j) que tenham sido proibidas pelo Plenário do CADE de participar de licitações promovidas pela Administração Pública federal, estadual, municipal, direta e indireta, em virtude de prática de infração à ordem econômica, nos termos do artigo 38, inciso II, da Lei Federal nº 12.529/2011;
- k) que estejam proibidas de contratar com a Administração Pública em virtude de sanção restritiva de direito decorrente de infração administrativa ambiental, nos termos do art. 72, § 8º, inciso V, da Lei Federal nº 9.605/1998;
- l) Que tenham sido proibidas de contratar com o Poder Público em razão de condenação por ato de improbidade administrativa, nos termos do artigo 12 da Lei Federal nº 8.429/1992;

m) que tenham sido declaradas inidôneas para contratar com a Administração Pública pelo Plenário do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, nos termos do artigo 108 da Lei Complementar Estadual nº 709/1993

n) que tenham sido suspensas temporariamente, impedidas ou declaradas inidôneas para licitar ou contratar com a Administração Pública estadual, direta e indireta, por desobediência à Lei de Acesso à Informação, nos termos do artigo 33, incisos IV e V, da Lei Federal nº 12.527/2011 e do artigo 74, incisos IV e V, do Decreto Estadual nº 58.052/2012;

o) que estejam proibidas de participar da licitação ou de celebrar a contratação em decorrência do efeito de sanção registrada no Cadastro Nacional de Empresas Punidas - CNEP (artigo 22 da Lei Federal nº 12.846/2013), ou no Cadastro Estadual de Empresas Punidas – CEEP (artigo 37 do Decreto Estadual nº 67.301/2022).

4.2.1. Para a análise das condições de participação das licitantes, serão realizadas as seguintes consultas:

- a) Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas - CEIS, mantido pela Controladoria-Geral da União (<https://portaldatransparencia.gov.br/sancoes/consulta>);
- b) Cadastro Nacional de Empresas Punidas – CNEP, mantido pela Controladoria-Geral da União (<https://portaldatransparencia.gov.br/sancoes/consulta>);
- c) Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa e Inelegibilidade – CNCIAI, do Conselho Nacional de Justiça (http://www.cnj.ius.br/improbidade_adm/consultar_requerido.php);
- d) Sistema Eletrônico de Aplicação e Registro de Sanções Administrativas – e-Sanções (<http://www.esancoes.sp.gov.br>);
- e) Cadastro Estadual de Empresas Punidas – CEEP (<http://www.servicos.controladoriageral.sp.gov.br/PesquisaCEEP.aspx>); e
- f) Relação de apenados publicada pelo Tribunal de Contas do Estado de São Paulo (<https://www.tce.sp.gov.br/apenados>).

4.3. Nenhuma licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma Proposta.

4.4. A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão Especial de Licitação o invólucro padronizado previsto no subitem 10.1.1.1 e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital; e a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

4.5. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, não sendo o ANUNCIANTE, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do presente processo licitatório.

5. RETIRADA DO EDITAL

5.1. Este Edital será fornecido pelo ANUNCIANTE de forma gratuita, podendo ser retirado por meio dos sítios abaixo, observados os procedimentos ali previstos:

- www.gov.br/pncp
- <https://www.detran.sp.gov.br-licitações>

5.2. O interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar no Diário Oficial do Estado e no endereço eletrônico, citado no subitem anterior, eventuais alterações ou informações sobre esta concorrência.

6. ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

6.1. Esclarecimentos sobre esta concorrência serão prestados pela Comissão Especial de Licitação, desde que os pedidos tenham sido recebidos em até 03 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame, exclusivamente mediante solicitação por escrito, em uma das seguintes formas:

- por carta ou ofício: protocolizado na Divisão de Gestão de Compras – Responsável: Jessica Araújo de Paula da Silva, situada na Rua João Brícola, nº 32 – 11º andar, Centro, São Paulo/SP, de segunda à sexta-feira, das 10 às 12h e das 14 às 17h;
- pelo e-mail: licitacao.compras@detran.sp.gov.br

6.1.1. Os pedidos de esclarecimento serão respondidos pela Comissão Especial de Licitação em até 03 (três) dias úteis.

6.1.2. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos exclusivamente mediante divulgação na internet, <https://www.detran.sp.gov.br/detransp/pb/licitacoes?id=licitacoes>, sem identificação da licitante consulente e de seu representante.

6.1.2.1. A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, nenhum termo que possibilite a identificação de sua Proposta Técnica, referente ao Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada).

6.1.3. Às licitantes interessadas cabe acessar assiduamente o referido endereço para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre os esclarecimentos referentes a este Edital.

6.1.4. Os pedidos de esclarecimento não constituirão, necessariamente, motivos para que se alterem a data e o horário de recebimento das Propostas Técnica e de Preços previstos no subitem 9.2.

7. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

7.1. O pedido de impugnação, com a indicação de falhas ou irregularidades que viciaram o Edital, deverá ser protocolizado fisicamente na Divisão de Gestão de Compras - Responsável: Jessica Araújo de Paula da Silva, situada na Rua João Brícola, nº 32 – 11º andar, Centro, São Paulo/SP, de segunda à sexta-feira, das 10 às 12h e das 14 às 17h.

7.2. A impugnação também poderá ser enviada para o e-mail licitação.compras@detran.sp.gov.br, observados os prazos descritos no subitem 7.6.

7.3. A impugnação apresentada em desconformidade com as regras previstas neste item será recebida como mera informação.

7.4. A impugnação feita tempestivamente pela licitante não a impedirá de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

7.5. Os pedidos de impugnação serão julgados e respondidos em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no § 4º do art. 170, da Lei nº 14.133/2021.

7.6. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Comissão Especial de Licitação o cidadão e/ou licitante que não se manifestar em até 03 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame;

7.6.1. Considera-se licitante, para efeito do subitem anterior, a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma prevista no Aviso de Licitação ou neste Edital.

8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

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

8.1.1. Os documentos mencionados no subitem 8.1 deverão ser apresentados fora dos invólucros que contêm as Propostas Técnica e de Preços e comporão os autos do processo licitatório.

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

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

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

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

8.4. Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Especial de Licitação, na data, hora e local indicados no subitem 9.2.

9. RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

9.1. As Propostas Técnicas e de Preços e os Documentos de Habilitação das licitantes deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação em 05 (cinco) invólucros distintos e separados, conforme disposto nos itens 10, 13 e 17 deste Edital.

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

- dia: **27/08/2025**
- hora: às **11 h00**
- local: **Auditório DETRAN/SP- Rua João Brícola, 32- 4º andar- Centro- São Paulo- SP**

9.3. Os invólucros com os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Comissão Especial de Licitação.

9.4. Os horários mencionados neste Edital referem-se ao horário de Brasília.

9.5. O recebimento e a abertura dos invólucros, bem como os demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente no item 23, e na legislação.

10. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

10.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação condicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

Invólucro nº 1

10.1.1. No Invólucro nº 1 deverá estar condicionado o Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada**, de que tratam os subitens 11.2 e 11.3 deste Edital.

10.1.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver condicionado no invólucro padronizado, fornecido pela Comissão Especial de Licitação, a ser retirado, exclusivamente, pela

agência que o solicitar formalmente na Divisão de Gestão de Compras do DETRAN-SP, situada na Rua João Brícola, nº 32 – 11º andar, Centro, São Paulo/SP, de segunda à sexta-feira, das 10 às 12h e das 14 às 17h.

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

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

Invólucro nº 2

10.1.2. No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 11.4 deste Edital.

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

Invólucro nº 2

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência Presencial nº 01 / 2025 – DETRAN-SP

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

Invólucro nº 3

10.1.3. No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 11.5, 11.7 e 11.9 deste Edital.

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

Invólucro nº 3

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência Presencial nº 01 / 2025 – DETRAN-SP

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

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

11. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

QUESITOS / PONTUAÇÃO	SUBQUESITOS / PONTUAÇÃO
1. Plano de Comunicação Publicitária (65 pontos)	1.1. Radiocínio Básico (10 pontos)
	1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária (20 pontos)
	1.3. Ideia Criativa (20 pontos)
	1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia (15 pontos)
2. Capacidade de Atendimento (15 pontos)	2.1. Clientes (3 pontos)
	2.2. Profissionais (6 pontos)
	2.3. Infraestrutura (2 pontos)
	2.4. Sistemática de Atendimento (1 ponto)
	2.5. Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência, auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas (3 pontos)
3. Repertório (10 pontos)	
4. Relato de Soluções de Problemas de Comunicação (10 pontos)	
TOTAL: 100 PONTOS	

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

11.1.2. A proposta técnica será apresentada em três vias distintas, sendo duas delas destinadas ao plano de comunicação, e outra para o conjunto de informações referentes ao licitante;

11.1.3. O Plano de Comunicação será apresentado em duas vias, uma sem identificação e outra com a identificação de sua autoria, conforme a seguir:

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

- a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) capa e contracapa em papel A4, branco, com 75 a 90 gr/m², ambas em branco;
- c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 a 90 gr/m², orientação retrato, observado o disposto na alínea 'c2' do subitem 11.2.2 deste Edital;
- d) espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
- e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- g) alinhamento justificado do texto;
- h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observados os subitens 11.2.1, 11.2.2 e 11.2.3 deste Edital;
- i) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- j) sem identificação da licitante.

11.2.1. As especificações do subitem 11.2 não se aplicam às peças de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3 e à indicação prevista no subitem 11.3.3.3.6 deste Edital.

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

- a) poderão ser editados em cores;
- b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho entre 08 e 12 pontos;
- c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:
 - c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 11.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;

c2) impressas na orientação paisagem.

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

I - ser editados em cores;

II -ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;

III - ter qualquer tipo de formatação de margem;

IV - ser apresentados em papel A3 dobrado.

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

11.2.4. Os exemplos de peças integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea 'a' do subitem 11.2 deste Edital.

11.2.4.1. Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 10.1.1.2 e 23.2.1 e no subitem 23.2.1.1 deste Edital.

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

11.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.

11.2.7. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 10.1.1.2 e 23.2.1 e no subitem 23.2.1.1 deste Edital.

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

11.2.9. Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquestos. Essas páginas não serão computadas no limite de página previsto no subitem 11.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 11.2, no que couber.

11.3. A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no *Briefing* (Anexo I), observadas as seguintes orientações:

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

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

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

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

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

- a) relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*, com a descrição de cada uma;
- b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 11.3.3.3 deste Edital.

11.3.3.1. A descrição mencionada na alínea 'a' do subitem 11.3.3 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.

11.3.3.2. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 11.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

11.3.3.3. Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

- a) roteiro, leiaute ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;
- b) 'monstro' ou leiaute eletrônico, para o meio rádio;
- c) *storyboard* animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e internet;

d) 'boneca' ou leiaute montado dos materiais de não mídia.

11.3.3.3.1. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou *passé-partout*, observado o disposto no subitem 11.2.4. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

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

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

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

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

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

11.3.3.3.6. Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deste Edital, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, *banner* internet).

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

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

11.3.3.4.1. Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere à alínea 'd' do subitem 11.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

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

I. estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação do ANUNCIANTE a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

II. tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

III. plano de mídia: composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;

IV. simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

11.3.4.1. Todas as peças publicitárias, que integrarem a relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3, deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

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

- a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação /plataformas digitais de comunicação;
- c) os valores absolutos e percentuais dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios, utilizando, na apuração dos valores, os preços de tabela cheia;
- d) os valores absolutos e percentuais dos investimentos alocados em plataformas digitais de comunicação, utilizando, na apuração dos valores, os preços de tabela cheia ou, inexistindo essa, os preços simulados pelas plataformas;
- e) os valores absolutos e percentuais alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação/plataformas digitais de comunicação;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça ou material publicitário de não mídia;

- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia.
- h) os valores (absolutos e percentuais) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.
- i) as quantidades a serem produzidas de cada peça ou material publicitário de não mídia

11.3.4.3. Nessa simulação:

- a) os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) deverá 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) deverão ser desconsiderados os honorários e custos internos sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores;
- d) não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços.

11.3.4.3.1. Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea 'a' do subitem 11.3.4.3 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

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

I - ter a identificação da licitante;

II - ser datado;

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

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

11.5.1. O caderno específico mencionado no subitem 11.5 não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

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

- a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;
- c) infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição do ANUNCIANTE para a execução do contrato;
- d) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;
- e) relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

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

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

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

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

11.8.1.1. As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas nos últimos 5 anos, anteriores à data da abertura da licitação.

11.8.1.2. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou ser apresentadas soltas.

11.8.1.3. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

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

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

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

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

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

11.10. A licitante deverá apresentar 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 04 (quatro) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

I – deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

II – deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

III - não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pelo ANUNCIANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;

IV – deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

11.10.1. A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 11.10. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

11.10.2 Os Relatos de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementados nos últimos 5 anos anteriores à data da abertura da licitação.

11.10.3 É permitida a inclusão de até 02 (duas) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9 ou ser apresentadas soltas;

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formado, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;

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

11.10.3.1. A ficha técnica de cada peça, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 11.10.3 deverá compor o limite de páginas estabelecido no subitem 11.10 para descrição do Relato.

12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

12.1. A Subcomissão Técnica, prevista no item 20, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital, desclassificando as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou do instrumento convocatório.

12.1.1. A Subcomissão Técnica ao final do julgamento das Propostas Técnicas elaborará atas de julgamento para os invólucros 1 e outra para os invólucros 3, juntamente com as planilhas das pontuações e as justificativas escritas das razões que as fundamentaram em cada caso, encaminhando-as para a Comissão Especial de Licitação.

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

QUESITO 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA máximo de 65 pontos		
SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO	CRITÉRIOS
1 – Raciocínio Básico	Nota de 0 a 10, sendo: 0 – não atende 1 a 3 – atende pouco 4 a 6 – atende medianamente 7 a 8 – atende bem 9 a 10 – atende com excelência	a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; c) Clareza e objetividade;
2 – Estratégia De Comunicação	Nota de 0 a 20, sendo: 0 – não atende 1 a 3 – atende muito pouco	a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I; b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada; c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na

Publicitária	4 a 6 – atende pouco 7 a 9 – atende medianamente 10 a 13 – atende relativamente bem 14 a 17 – atende bem 18 a 20 - atende com excelência	estratégia de comunicação apresentada no desafio; d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.
3 – Ideia Criativa	Nota de 0 a 20, sendo: 0 – não atende 1 a 3 – atende muito pouco 4 a 6 – atende pouco 7 a 9 – atende medianamente 10 a 13 – atende relativamente bem 14 a 17 – atende bem 18 a 20 - atende com excelência	a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do DETRAN; c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente; d) pertinência entre as atividades do DETRAN e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico; e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material; f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas.
4 – Estratégia de Mídia E Não Mídia	Nota de 0 a 15, sendo: 0 – não atende 1 a 3 – atende muito pouco 4 a 6 – atende pouco 7 a 9 – atende medianamente 10 a 13 – atende bem 14 a 15 - atende com excelência	a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico; b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente; c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.
QUESITO 2 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO máximo de 15 pontos		
SUBQUESITO	PONTUAÇÃO	CRITÉRIO
1 – Principais Clientes	Nota de 0 a 3, sendo: 0 – não atende 1 a 2 – atende 3 – atende com excelência	0 – não comprovar ter possuído cliente da área pública; 1 ponto – comprovar possuir ou ter possuído apenas um cliente da área pública; 2 pontos – comprovar possuir ou ter possuído 2 clientes da área pública. 3 pontos – comprovar possuir ou ter

		possuído 3 ou mais clientes da área pública.
2 – Qualificação técnica da equipe de profissionais	Nota de 0 a 6 pontos	Cálculo aritmético com base nas regras dos itens 12.2.4 e 12.2.5
3 – Estrutura Física – instalações, infraestrutura e recursos materiais	Nota de 0 a 2, sendo: 0 – não atende 1 – atende 2 – atende com excelência	0 – não comprovar; 1 ponto – comprovar possuir imóvel próprio ou locado para instalação da empresa; 2 pontos – comprovar possuir a exigência acima e parque de informática suficiente para sua equipe técnica.
4 – Sistemática de Atendimento	Nota de 0 a 1, sendo: 0 – não atende 1 – atende	Demonstração de conhecimento técnico sobre o cliente
5 – Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência, auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas	Nota de 0 a 3, sendo: 0 – não atende 1 a 2 – atende 3- atende com excelência	0: não comprovar; 1: comprovar utilizar 1 ferramenta; 2: comprovar utilizar pelo menos 2 das ferramentas, sendo 1 de auditoria de circulação e 1 de controle de mídia; 3: comprovar utilizar mais de 2 ferramentas, sendo ao menos 1 de auditoria de circulação e 1 de controle de mídia.
QUESITO 3 – REPERTÓRIO máximo de 10 pontos		
	PONTUAÇÃO	CRITÉRIO
Repertório	Nota de 0 a 10, sendo: 0 – não atende 1 a 3 – atende pouco 4 a 6 – atende medianamente 7 a 8 – atende bem 9 a 10 – atende com excelência	a) Consistência das relações de causa e efeito entre o desafio ou problema a ser resolvido e a solução proposta; b) Evidência de planejamento da solução, bem como qualidade na execução das soluções; c) Relevância dos resultados obtidos, com criatividade e clareza.
QUESITO 4 – RELATO DE SOLUÇÃO DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO máximo de 10 pontos		

	PONTUAÇÃO	CRITÉRIO
Relato de Solução de Problemas de Comunicação	Nota de 0 a 10, sendo: 0 – não atende 1 a 3 – atende pouco 4 a 6 – atende medianamente 7 a 8 – atende bem 9 a 10 – atende com excelência	a) Capacidade de síntese; b) Clareza e objetividade; c) Concatenação lógica entre desafio e solução criativa; d) Eficácia de soluções e resultados apontados.

12.2.1. Os critérios acima descritos serão entendidos conforme conceituação que segue abaixo explicitada:

- Consistência: qualidade de apresentar coerência entre as partes e o todo;
- Pertinência: aquilo que concerne ao assunto desta licitação, como delineado no Briefing;
- Adequação: atendimento o mais perfeito possível, de forma organizada, às necessidades e objetivos do órgão licitante.
- Relevância: o que tem importância ou relevo num contexto determinado;
- Acuidade: qualidade de percepção de modo eficaz, sutileza e eficiência;
- Síntese: capacidade de resumir determinado texto ou assunto, conservando a objetividade e clareza do mesmo, bem como a precisão de seu objeto.

12.2.2. A pontuação técnica de cada proposta corresponderá à soma dos pontos atribuídos aos quesitos.

12.2.3. A qualificação técnica da equipe de profissionais do licitante (exigida no subquesto 2 do quesito 2 *supra*) será avaliada com base na formação acadêmica e experiência desses profissionais exclusivamente na área de comunicação publicitária, sendo que a comprovação deverá ser feita pelo licitante, por meio do *curriculum vitae* resumido de cada profissional, devidamente acompanhado dos documentos comprobatórios das qualificações (formação acadêmica e experiência profissional) neles consignadas, por meio de certificados, declarações de tomadores de serviço, carteira de trabalho, contratos de prestação de serviço ou qualquer outro documento hábil, os quais devem ser apresentados no original ou por meio de cópia autenticada.

12.2.4. A qualificação técnica dos profissionais da equipe do licitante (exigida nos quesitos acima) será avaliada e receberá pontuação de, no máximo, 6 (seis), segundo as tabelas abaixo:

Formação Acadêmica	Sem Formação na área	Superior Incompleto	Superior Completo	Pós-graduação
Pontos	0	1	2	3
Experiência Profissional	< 4 anos	4 a 8 anos	+8 a 12 anos	> 12 anos
Pontos	0	1	2	3

12.2.5. O valor final de pontos obtidos será dividido pelo número total de profissionais apresentados. Fica estabelecido que o licitante que obtiver a maior soma de pontos, receberá pontuação máxima atribuída ao subquesto 2 do Quesito 2 (6 pontos). As demais licitantes receberão neste subquesto pontuação proporcional à máxima.

12.2.6. Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal.

12.2.7. Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas nos subitens 11.8.1 e 11.10 para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas no subitem 12.2 deste Edital.

12.2.8. A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal.

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

12.2.10. 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.

12.2.11. A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 04 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório; e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

12.3. Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as 03 (três) maiores pontuações, observado o disposto no subitem 12.5 deste Edital.

12.4. Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

- a) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;
- b) não alcançar, no total, 75 (setenta e cinco) pontos;
- c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

12.4.1 Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do presente Edital, a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto no subitem 20.3 deste Edital.

12.5. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das 03 (três) licitantes mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica, serão assim consideradas as licitantes que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de

Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação, nos termos das disposições da Lei nº 12.232/2010, art. 6º, inciso VIII.

12.6. Persistindo o empate, a decisão será feita nos termos do art. 60 da Lei nº 14.133/2021.

12.7. Caso persista o empate após obedecido o disposto no caput e no § 1º do art. 60 da Lei nº 14.133, de 2021, o desempate ocorrerá por sorteio, a ser realizado em local, data e horário que serão divulgados por meio de mensagem no sistema, sendo facultada a presença a todos os interessados, incluindo os demais licitantes.

13. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

Invólucro nº 4

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

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

Invólucro nº 4

Proposta de Preços

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência Presencial nº 01 / 2025 – DETRAN-SP

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

14. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

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

14.1.1. A Proposta deverá estar acompanhada da declaração, em conformidade com o modelo do Anexo III.A, afirmando que a proposta foi elaborada de maneira independente e que o licitante conduz seus negócios de forma a coibir fraudes, corrupção e a prática de quaisquer outros atos lesivos à Administração Pública, nacional ou estrangeira, em atendimento à Lei Federal nº 12.846/2013 e ao Decreto Estadual nº 67.301/2022.

14.2. Os quesitos a serem valorados pelas licitantes são os integrantes do item 1 da Proposta de Preços, cujo modelo constitui o Anexo III, ressalvado que, nos termos do, Art. 36 e 37 da Lei 14.133/2021 não serão aceitos:

- a) percentual de honorários superior a 9% (nove por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;
- b) percentual de honorários superior a 12% (doze por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione ao licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei federal nº 4.680/1965;
- c) percentual de honorários superior a 11% (onze por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

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

14.3.1. Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 14.3 ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão Especial de Licitação realizará com ela diligência nos termos do §2º do art. 59 da Lei nº 14.133/2021, como forma de prorrogar o referido prazo.

14.3.1.1. A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros com as Proposta de Preços ou antes do encerramento do certame será desclassificada.

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

HONORÁRIOS / DESCONTO	PONTOS (P)
Percentual de honorários sobre os custos dos serviços previstos na alínea “a” do item 14.2.	$P1 = 2 \times (9 - \text{percentual proposto})$
Percentual de honorários incidentes sobre os preços dos serviços previstos na alínea “b” do item 14.2.	$P2 = 3 \times (12 - \text{percentual proposto})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea “c” do item 14.2.	$P3 = 3 \times (11 - \text{percentual proposto})$
Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos ‘honorário’ serão substituídos nas	

fórmulas da coluna pontos pelas respectivas percentagens constantes de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo '%’.

15. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

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

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

15.3. Será considerada a Proposta de menor preço a que obtiver a maior pontuação conforme item 14.4.

15.4. Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente:

- a) o menor percentual de honorários referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores de que trata a alínea “b” do item 14.2;
- b) o menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, de que trata a alínea “c” do item 14.2;
- c) o menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato, de que trata a alínea “a” do item 14.2.

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

16. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

16.1. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será feito de acordo com o rito previsto no Art. 11, §4º inciso IX na Lei nº 12.232/2010, para o tipo Melhor Técnica.

16.2. Se alguma das 03 (três) licitantes mais bem classificadas não tiver apresentado a Proposta de menor preço e nem concordado em praticá-lo, nos termos da negociação prevista no Art. 11, §4º inciso IX na Lei nº 12.232/2010, para o tipo Melhor Técnica e no Art. 61, §1º da Lei nº 14.133/2021 a Comissão Especial de Licitação adotará negociação idêntica, sucessivamente, com as demais licitantes, observada a ordem de

classificação, até a consecução de acordo para as contratações previstas no presente certame, observada a mesma previsão legal.

16.3. A licitante que não concordar em praticar a Proposta de menor preço perderá o direito à contratação, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização.

17. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

17.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

17.1.1. A licitante classificada que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 19.5 deste Edital.

Invólucro nº 5

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

Invólucro nº 5

Documentos de Habilitação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência Presencial nº 01 / 2025 – DETRAN-SP

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

18. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

18.1. Os Documentos de Habilitação deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados:

I - em via original; ou

II - sob a forma de certificado emitido por sistema oficial de registro cadastral unificado;

III - em cópia autenticada ou em cópia simples que, à vista do original ou de declaração de autenticidade por advogado, sob sua responsabilidade pessoal, será autenticada por membro da Comissão de contratação na própria sessão pública.

18.1.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram neste Edital.

18.1.2. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Especial de Licitação.

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

18.2.1. Habilitação Jurídica

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

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

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

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

d) registro empresarial na Junta Comercial, em caso de empresa individual.

e) Em se tratando de sociedade cooperativa: ato constitutivo e estatuto atualizado e registrado na Junta Comercial, devendo o estatuto estar adequado à Lei Federal nº 12.690/2012; documentos de eleição ou designação dos atuais administradores; e registro perante a entidade estadual da Organização das Cooperativas Brasileiras, nos termos do artigo 107 da Lei Federal nº 5.764/1971.

18.2.2. Regularidade Fiscal e Trabalhista

a) a inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ);

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

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

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

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

f) a regularidade perante a Justiça do Trabalho;

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

18.2.2.2. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

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

18.2.3. Qualificação Técnica:

a) declaração(ões), expedida(s) pela licitante de que apresentará, para fins de assinatura do Termo Contratual, o certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010;

a1) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;

18.2.4. Qualificação Econômico-financeira

a) Certidão Negativa de feitos sobre falência expedida pelo distribuidor da sede fiscal da licitante, dentro do prazo de validade;

a1) caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos, antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

a2) no caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor;

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, observada a exceção disposta no §6º do Art. 69 da Lei nº 14.133, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, que comprove a boa situação financeira da empresa, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados a mais de 03 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

b1) o balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b2) se necessária a atualização do balanço, com suas demonstrações contábeis, e do patrimônio líquido, deverá ser apresentado o memorial de cálculo correspondente, assinado pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b3) o balanço patrimonial deverá estar registrado ou na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo de empresa da licitante e apresentado de acordo com os incisos de I a III, ou autenticado por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, para as empresas que utilizem o sistema eletrônico de escrituração e que tenham seus documentos registrados na Junta Comercial, apresentado conforme inciso IV:

I. sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído, conforme disposto no § 2º do art. 5º do Decreto-lei nº 486/1969;

II. sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em jornal de grande circulação ou cópia registrada ou autenticada no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

III. sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede. Caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

IV. para as empresas que escrituram por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, impressão dos seguintes arquivos gerados pelo referido sistema:

a) termo de autenticação com a identificação do autenticador;

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis;

c) termo de abertura e encerramento;

d) requerimento de autenticação de Livro Digital;

e) recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

18.2.4.1. As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano de existência deverão apresentar balanço conforme abaixo discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional e autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante:

a) balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação;

b) balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

18.2.4.2. A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio da avaliação, conforme o caso:

a) do balanço referido na alínea 'b' do subitem 18.2.4, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores ou igual a um (≥ 1 (um)):

$$LG = \frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$

$$SG = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$

$$LC = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$$

b) do balanço referido no subitem 18.2.4.1, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (≥ 1 (um)):

$$S = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Exigível Total}}$$

18.2.4.3. Os índices de que tratam as alíneas 'a' e 'b' do subitem 18.2.4.2 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, Contador ou outro profissional equivalente, mediante sua assinatura e indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.

18.2.4.4. A licitante que apresentar resultado menor que 01 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea 'a', ou menor que 01 (um), no cálculo do índice referido na alínea 'b', todos do subitem 18.2.4.2, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-financeira deverá incluir, no Invólucro nº 5, comprovante de que possui, no mínimo, patrimônio líquido equivalente a R\$ 7.000.000,00 (sete milhões de reais) 10% (dez por cento) do valor da contratação (art. 69, parágrafo 4º da Lei 14.133/2021).

18.2.5. **Declarações:**

18.2.5.1. Declaração subscrita por representante legal do licitante, em conformidade com o modelo constante do Anexo IV, atestando que:

- a) se encontra em situação regular perante o Ministério do Trabalho e Emprego no que se refere a observância do disposto no inciso XXXIII do artigo 7.º da Constituição Federal, na forma do Decreto Estadual nº 42.911/1998;
- b) não se enquadra em nenhuma das vedações de participação na licitação previstas no item 4.2 deste Edital;
- c) não possui empregados executando trabalho degradante ou forçado, observando o disposto nos incisos III e IV do artigo 1º e no inciso III do artigo 5º da Constituição Federal; e
- d) cumpre as normas relativas à saúde e segurança do trabalho, nos termos do artigo 117, parágrafo único, da Constituição Estadual;

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

18.4. Os interessados cadastrados no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF poderão informar o respectivo cadastramento e apresentar no INVÓLUCRO Nº 5 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO apenas os documentos relacionados nos itens 18.2.1 a 18.2.5 que não tenham sido apresentados para o cadastramento ou que, se apresentados, já estejam com os respectivos prazos de validade vencidos na data de apresentação das propostas. A Comissão Especial de Licitação diligenciará junto ao SICAF para aferir o cumprimento dos requisitos de habilitação constantes do respectivo cadastro.

18.5. Isenções e imunidades. O licitante que se considerar isento ou imune de tributos relacionados ao objeto da licitação, cuja regularidade fiscal seja exigida no presente Edital, deverá comprovar tal condição mediante a apresentação de declaração emitida pela correspondente Fazenda do domicílio ou sede, ou outra equivalente, na forma da lei.

19. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

19.1. A Comissão Especial de Licitação analisará os Documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, desde que cumpridas as condições de participação estabelecidas no item 4, e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no item 18 deste Edital.

19.2. Verificação das condições de participação. Como condição prévia ao exame dos documentos contidos no INVÓLUCRO Nº 5 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO, a Comissão Especial de Licitação verificará o eventual descumprimento pelo licitante das condições de participação previstas no item 4.2 deste Edital.

19.2.1. Serão consultados os seguintes cadastros:

- 19.2.1.1. Sistema Eletrônico de Aplicação e Registro de Sanções Administrativas – e-Sanções (<http://www.esancoes.sp.gov.br>);
- 19.2.1.2. Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas – CEIS (<https://portaldatransparencia.gov.br/sancoes/consulta>);
- 19.2.1.3. Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Atos de Improbidade Administrativa e Inelegibilidade – CNIA, do Conselho Nacional de Justiça (http://www.cnj.jus.br/improbidade_adm/consultar_requerido.php);
- 19.2.1.4. Cadastro Nacional de Empresas Punidas - CNEP (<https://portaldatransparencia.gov.br/sancoes/consulta>);
- 19.2.1.5. Cadastro Estadual de Empresas Punidas – CEEP (<http://www.corregedoria.sp.gov.br/PesquisaCEEP.aspx>);
- 19.2.1.6. Relação de apenados publicada pelo Tribunal de Contas do Estado de São Paulo (<https://www.tce.sp.gov.br/apenados>).

19.2.2. A consulta ao cadastro de que trata o item 19.2.1.3 será realizada em nome da pessoa jurídica licitante e também de seu sócio majoritário, por força do artigo 12 da Lei nº 8.429/1992, que prevê, dentre as sanções impostas ao responsável pela prática de ato de improbidade administrativa, a proibição de contratar com o Poder Público, inclusive por intermédio de pessoa jurídica da qual seja sócio majoritário.

19.2.3. Constatada a ausência de condições de participação, a Comissão Especial de Licitação reputará o licitante inabilitado.

19.3. **Análise.** A análise da habilitação será feita a partir do exame dos documentos apresentados pelo licitante no INVÓLUCRO N° 5 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO em face das exigências previstas no item 18 deste Edital.

19.3.1. A Comissão Especial de Licitação poderá suspender a sessão pública para analisar os documentos apresentados, ocasião em que divulgará o resultado da análise nos termos do item 21 deste edital. Nessa hipótese, os documentos de habilitação já rubricados e os INVÓLUCROS N° 5 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO ainda não abertos permanecerão em poder da Comissão até que seja concluída a análise da habilitação.

19.3.2. Será admitido o saneamento de erros ou falhas relativas aos documentos de habilitação mediante despacho fundamentado da Comissão Especial de Licitação, registrado em ata e acessível a todos.

19.3.2.1. As falhas passíveis de saneamento são aquelas relativas a situação fática ou jurídica preexistente na data da abertura da sessão pública de entrega dos envelopes e declarações complementares, indicada no preâmbulo do Edital.

19.3.2.2. O desatendimento de exigências formais não essenciais não importará no afastamento do licitante, desde que seja possível o aproveitamento do ato, observados os princípios da isonomia e do interesse público.

19.4. **Regularidade fiscal e trabalhista de ME/EPP/COOPERATIVAS.** Não será exigida a comprovação de regularidade fiscal e trabalhista para a habilitação de microempresas, empresas de pequeno porte ou cooperativas que preencham as condições estabelecidas no art. 34, da Lei Federal nº 11.488/2007. Entretanto, será obrigatória a apresentação dos documentos indicados no item 18.2.2 deste Edital no INVÓLUCRO N° 5 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO, ainda que apresentem alguma restrição.

19.4.1. Será assegurado o prazo de cinco dias úteis contados a partir do momento em que o licitante for declarado vencedor do certame para regularização da regularidade fiscal e trabalhista. Este prazo, a critério da Comissão Especial de Licitação, poderá ser prorrogado por igual período.

19.4.2. A não regularização da regularidade fiscal e trabalhista no prazo indicado no item 19.4.1 deste Edital implicará na decadência do direito à contratação, sem prejuízo da aplicação das sanções cabíveis, sendo facultado à Comissão Especial de Licitação convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato nas mesmas condições constantes da proposta daquele que deixou de regularizar a regularidade fiscal e trabalhista, ou revogar a licitação.

20. COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

20.1. Esta concorrência será processada e julgada por Comissão Especial de Licitação, na forma do art. 10 e seguintes da Lei Federal nº.12.232/2010.

20.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica constituída por 3 (três) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

20.2.1. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 9 (nove) integrantes, previamente cadastrados nos autos do processo administrativo que cuida desta licitação.

20.2.2. A relação dos nomes referidos no item 20.2.1 deste Edital será publicada pela Comissão Especial de Licitação no Diário Oficial do Estado, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

20.2.3. O sorteio será processado pela Comissão Especial de Licitação de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, obedecido o disposto na parte final do § 2º do artigo 10 da Lei Federal nº 12.232/2010, ou seja, pelo menos 1/3 (um terço) dos integrantes da Subcomissão Técnica não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual direto ou indireto com o Estado de São Paulo ou entidades que integrem a sua administração indireta.

20.2.4. A relação prevista no item 20.2.1 deste Edital conterá, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com o Estado de São Paulo ou entidades que integrem a sua administração indireta.

20.2.5 Os nomes remanescentes da relação após sorteio dos 03 (três) membros da Subcomissão Técnica serão todos sorteados para definição de uma ordem de suplência, a serem convocados nos casos de impossibilidade de participação de algum dos titulares.

20.2.6. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o item 20.2.1, mediante apresentação à Comissão Especial de Licitação de justificativa para a exclusão.

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

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

20.2.8.1. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no item 20.2.1.

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

20.2.9. A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no item 20.2.2 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

20.3 A Comissão Especial de Licitação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do art. 5º, *caput*, da Lei 14.133/2021.

20.4. Os membros da Comissão Especial de Licitação e da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade, que ficará nos autos do processo desta concorrência, observados os respectivos modelos:

COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO

TERMO DE RESPONSABILIDADE

1. Eu,, Matrícula nº, lotado no, integrante da Comissão Especial de Licitação responsável pelo processamento do presente processo licitatório – Concorrência Presencial nº/..... realizado pelo(a), para a contratação de agência(s) de propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade com relação à qualquer informação relacionada ao presente certame, em especial aquelas vinculadas às etapas de Habilitação e de apresentação e julgamento das Propostas Técnicas e de Preços das licitantes, até a sua divulgação e/ou publicação na imprensa oficial.

2. Comprometo-me, ainda, a:

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiros, obtida em razão das atividades exercidas nesta Comissão Especial de Licitação;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Comissão Especial de Licitação que agora ocupo;

IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;

V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Comissão Especial de Licitação;

VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Comissão Especial de Licitação;

VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente responsável pela presente contratação.

Data: _____ de _____ de _____

Assinatura Servidor

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

ORIENTAÇÕES GERAIS

Esta concorrência para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda é processada e julgada por Comissão Especial de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

A Subcomissão Técnica analisará as propostas e informações apresentadas nos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada) e nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) para julgamento das Propostas Técnicas das licitantes.

A Subcomissão Técnica tem total autonomia na pontuação das propostas técnicas, observadas as disposições estabelecidas no edital, não estando submetida a nenhuma autoridade, interferência ou influência do órgão/entidade contratante ou de origem, nem da Comissão Especial de Licitação, nas questões relacionadas ao julgamento técnico.

Todos os membros da Subcomissão Técnica participam de forma igualitária, com o mesmo poder de decisão e expressão, independente do cargo/função exercida no órgão contratante ou de origem.

Todas as informações relativas às Propostas Técnicas e ao seu julgamento são de caráter estritamente sigiloso e não devem ser divulgadas pelos integrantes da Subcomissão Técnica, externamente ou internamente no órgão/entidade contratante ou de origem, antes da publicação na imprensa oficial do resultado do julgamento técnico, pela Comissão Especial de Licitação.

TERMO DE RESPONSABILIDADE

2. Eu, _____, RG nº _____, CPF nº _____, integrante da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento técnico do presente processo de Concorrência Presencial realizado pelo(a) _____, para a contratação de agência(s) de propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade, com relação às Propostas Técnicas apresentadas pelas licitantes

participantes do presente certame e às informações relacionadas ao seu julgamento e pontuações atribuídas aos quesitos e subquesitos analisados.

2. Comprometo-me, ainda, a:

- I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiros, obtida em razão das atividades exercidas nesta Subcomissão Técnica;
- II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;
- III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Subcomissão Técnica que agora ocupo para a análise e julgamento das Propostas Técnicas da Concorrência em comento;
- IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;
- V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Subcomissão Técnica;
- VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Subcomissão Técnica;
- VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente ao qual estou vinculado, ou responsável pela presente contratação; e
- VIII – NÃO participar, direta ou indiretamente, das sessões públicas desta licitação, realizadas pela Comissão Especial ou Permanente de Licitação.

Data: ____ de _____ de _____.

Assinatura

20.4.1 Os membros da Comissão Especial de Licitação e da Subcomissão Técnica serão responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório, nos termos do capítulo I do título IV da Lei nº 14.133/2021, no que couber.

21. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

21.1. A juízo da Comissão Especial de Licitação, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial do Estado é obrigatória:

- a) nas sessões de recebimento e abertura de invólucros;
- b) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes; e/ou
- c) pelo Diário Oficial do Estado de São Paulo

22. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

22.1. Eventuais recursos referentes a presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 03 (três) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à autoridade competente do ANUNCIANTE, por intermédio da Comissão Especial de Licitação, protocolizada na Divisão de Gestão de Compras - Responsável: Jessica Araújo de Paula da Silva, situada na Rua João Brícola, nº 32 – 11º andar, Centro, São Paulo/SP, de segunda à sexta-feira, das 10 às 12h e das 14 às 17h ou através do e-mail licitacao.compras@detran.sp.gov.br

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

22.3. Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Especial de Licitação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 3 (três) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) à autoridade competente do ANUNCIANTE, que decidirá em 10 (dez) dias úteis contados de seu recebimento.

22.4. Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal ou subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da licitante.

22.5. Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta concorrência, em local e horário a ser indicado pela Comissão Especial de Licitação.

22.6. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e ao julgamento das Propostas Técnica e de Preços terão efeito suspensivo, podendo a Comissão Especial de Licitação, motivadamente e se houver interesse para o ANUNCIANTE, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

23. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

23.1. Serão realizadas 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 Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes.

23.1.1. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 8 deste Edital.

23.1.2. 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.

23.1.3. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços.

23.1.4. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços e a análise dos Documentos de Habilitação das licitantes classificadas nesse julgamento serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados no presente Edital.

23.1.5. Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas Técnica e de Preços ou à adjudicação do objeto da licitação à vencedora, cabendo a assinatura do Termo de Responsabilidade tanto pela Comissão Especial de Licitação quanto pela Subcomissão Técnica, observado os modelos dispostos no subitem 20.4.

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

23.1.7. Por ocasião da apreciação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação às vistas das licitantes, não será permitida a retirada de documentos do recinto da sessão pública, nem sua reprodução direta, sob qualquer forma, inclusive por meio de fotos.

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

23.1.9. **Participação na sessão pública.** A sessão será pública e poderá ser assistida por qualquer pessoa, mas somente será admitida a manifestação dos representantes devidamente credenciados pela Comissão Especial da Licitação, na forma do item 8.1 deste Edital, não sendo permitidas atitudes desrespeitosas, que causem tumultos ou perturbem o bom andamento dos trabalhos.

Primeira Sessão

23.2. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 9.2 e terá a seguinte pauta inicial:

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 8 deste Edital;
- b) verificar o cumprimento das condições de participação, nos termos do item 4 deste Edital e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;
- c) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4 das licitantes em condições de participação;
- d) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as regras estabelecidas neste Edital.

23.2.1. O Invólucro nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, só será recebido pela Comissão Especial de Licitação se:

- a) não estiver identificado;

b) não apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2;

c) não estiver danificado ou deformado pelas peças, materiais ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

23.2.1.1. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 23.2.1, a Comissão Especial de Licitação não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

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

a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Especial de Licitação, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;

b) retirar e rubricar o conteúdo do Invólucro nº 1;

c) retirar e rubricar o conteúdo do invólucro número 3;

d) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 21 deste Edital.

23.2.2.1. A Comissão Especial de Licitação, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 23.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

23.2.2.1.1. Antes de serem abertos para rubrica dos conteúdos pelos presentes na primeira sessão, os invólucros nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, devem ser misturados, de modo que não possam ser vinculados aos respectivos autores, considerada a ordem sequencial de sua entrega à Comissão Especial de Licitação.

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

23.2.3. A Comissão Especial de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1, nem nos respectivos conteúdos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada das licitantes, à exceção das rubricas mencionadas na alínea 'b' do subitem 23.2.2 acima.

23.2.4. Abertos os Invólucros 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 Especial de Licitação.

23.2.5. Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Especial de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 23.2.6 e seguintes. Caso contrário, se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão Especial de Licitação, pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do item 21, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no item 22 deste Edital.

23.2.6. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados, nesta precisa ordem, os seguintes procedimentos:

- a) encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), acompanhados dos questionamentos das licitantes relativos à Proposta Técnica, se for o caso, e das respectivas respostas, sem identificação de autoria;
- b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- c) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Especial de Licitação, na devolução dos Invólucros nº 1;
- d) somente após o recebimento dos documentos e dos Invólucros nº 1, mencionados na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes;
- e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Especial de Licitação, na devolução dos Invólucros nº 3.

23.2.6.1. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base nas alíneas 'b' e 'c' do subitem 12.4, a pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica a cada quesito ou subquesito dessa Proposta será lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da referida Subcomissão, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

23.2.6.2. O disposto no subitem precedente não se aplica ao caso da alínea 'a' do subitem 12.4, em que o descumprimento das regras definidas, para a preservação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, resulte na identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

23.2.7. As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 23.2.6 conterão respectivamente a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada subquesto do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada 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

23.3. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3, respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 21, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na ficha de credenciamento;
- b) abrir os Invólucros nº 2;
- c) cotejar os documentos constantes dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada) das licitantes, com os conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), para identificação de autoria;
- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) proclamar o resultado do julgamento das Propostas Técnicas;
- f) executar o sorteio previsto no subitem 12.7, se for o caso;
- g) informar que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 21, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 22 deste Edital.

23.3.1. 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, a partir de solicitação da Comissão Especial de Licitação, caso necessário.

Terceira Sessão

23.4. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes classificadas no julgamento técnico, na forma do item 21, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na ficha de credenciamento;
- b) abrir os Invólucros nº 4, com as Propostas de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial 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 Invólucros 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, nos termos dos subitens 14.2 e 14.4 e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- f) verificar se alguma das 03 (três) licitantes mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica apresentou a Proposta de menor preço e efetuar com as que não tenham apresentado a negociação prevista no Art. 61, §1º da Lei nº 14.133/2021 nos termos da Proposta de menor preço;
- g) adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, até a consecução de acordo para as contratações previstas no presente certame;
- h) declarar vencedoras do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, observado o disposto nos subitens 12.4 e 12.5, as 03 (três) licitantes que:
 - h1) tenham sido mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica; e
 - h2) tenha individualmente apresentado a Proposta de menor preço, conforme disposto no item 15, ou concordado em praticá-lo a partir da negociação prevista no Art. 61, §1º da Lei nº 14.133/2021
- i) informar que o resultado do julgamento das Propostas de Preços e do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será publicado na forma do item 21, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 22 deste Edital.

Quarta Sessão

23.5. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, na forma do item 21, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na ficha de credenciamento;
- b) verificar a manutenção das condições de participação pelas licitantes, nos termos do item 4 deste Edital, e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;
- c) receber e abrir os Invólucros nº 5 das licitantes em condições de participação, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial ou Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- d) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- e) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;
- f) dar conhecimento do resultado da habilitação e informar que será publicado na forma do item 21, com a indicação das licitantes habilitadas e inabilitadas, abrindo-se prazo de 03 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na alínea 'c' do inciso I do art. 165 da Lei nº 14.133/2021;

24. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

24.1. Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, será homologado o resultado desta concorrência e, assim, aprovada a adjudicação do seu objeto às licitantes vencedoras, observado o disposto no subitem 31.10 deste Edital.

24.2. Serão vencedoras desta concorrência as 03 (três) licitantes que:

- a) tenham sido mais bem classificadas no julgamento das Propostas Técnicas;
- b) individualmente tenha apresentado a Proposta de menor preço, nos termos do item 15, ou concordado em praticá-lo a partir da negociação prevista no Art.61, §1º da Lei nº 14.133/2021 e;
- c) tenham sido habilitadas, observadas as disposições do item 19 deste Edital.

25. CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS

25.1. As licitantes vencedoras terão o prazo de 10 (dez) dias, contados a partir da convocação, para apresentar a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010 e assinarem os respectivos instrumentos de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo V. O contrato será assinado com a utilização de meio eletrônico, nos termos da legislação aplicável.

25.1.1. O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado, a juízo do ANUNCIANTE, consideradas as justificativas que lhe forem apresentadas pelas licitantes vencedoras.

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

25.1.2. Para assinatura do contrato, a licitante vencedora deverá apresentar declaração de inexistência de contrato vigente que possa gerar conflito de interesses com as atividades finalísticas do **ANUNCIANTE**, conforme modelo abaixo:

Declaração de Inexistência de Conflito de Interesses

A **CONTRATADA**, inscrita no CNPJ sob o nº xx./ xxxx-x, por intermédio de seu representante legal, Sr....., portador do CPF nº, em atendimento ao subitem **25.1.2** do Edital de Licitação n.º / xxxx__ declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro que:

I – Não exerce ou não exercerá, direta ou indiretamente, atividade que implique na prestação de serviços ou relação de negócios com pessoa jurídica, durante a vigência do contrato, que tenha objetivos conflitantes com os interesses ou com as atividades finalísticas **da CONTRATANTE**; e

II – Não pratica ou não praticará ato que comprometa o interesse público, em benefício de pessoa física que tenha objetivos conflitante com as atividades finalísticas da **CONTRATANTE**, durante a execução contratual, seja na condição de cônjuge, companheiro ou parente, consanguíneo ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, dos sócios ou dirigentes da **CONTRATADA**.

[Local], de de xxxx

<representante legal da contratada>

25.2. **Manutenção das condições de habilitação.** Se, por ocasião da celebração do contrato, algum dos documentos apresentados pela adjudicatária para fins de comprovação da regularidade fiscal ou trabalhista na etapa de habilitação estiver com o prazo de validade expirado, a Unidade Contratante verificará a situação por meio eletrônico e certificará a regularidade nos autos do processo, anexando ao expediente os documentos comprobatórios, salvo impossibilidade devidamente justificada. Se não for possível a atualização por meio eletrônico, a adjudicatária será notificada para comprovar a sua regularidade fiscal e trabalhista no prazo de dois dias úteis, sob pena de a contratação não se realizar.

25.3. **CADIN ESTADUAL.** Constitui condição para a celebração do contrato, bem como para a realização dos pagamentos dele decorrentes, a inexistência de registros em nome da adjudicatária no “Cadastro Informativo dos Créditos não Quitados de Órgãos e Entidades Estaduais – CADIN ESTADUAL”. Esta condição será considerada cumprida se a devedora comprovar que os respectivos registros se encontram suspensos, nos termos do artigo 8º, §§ 1º e 2º. da Lei Estadual nº 12.799/2008.

25.4. **Indicação de gestor - cooperativas.** A indicação de gestor encarregado de representar a adjudicatária com exclusividade perante o contratante, caso se trate de sociedade cooperativa, constitui condição para a assinatura do contrato.

25.5. **Regularização fiscal e trabalhista de ME/EPP/COOPERATIVAS.** A regularização da regularidade fiscal e trabalhista da microempresa, empresa de pequeno porte ou cooperativa nas condições do art. 34, da Lei Federal nº 11.488/2007 que tenha sido habilitada com restrições, nos termos do item 19.4 deste Edital, constitui condição para a assinatura do contrato.

25.6. Os contratos para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura, podendo ser prorrogados nos termos da Cláusula Terceira da Minuta de Contrato (Anexo V).

25.7. O ANUNCIANTE poderá rescindir, a qualquer tempo, os contratos que vierem a ser assinados, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, conforme disposto na Cláusula Décima Quarta da Minuta de Contrato (Anexo V).

25.8. A contratada manterá, pelo período de no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, acompanhados das respectivas informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, se for o caso.

25.9. As contratadas se obrigam a manter, durante toda a execução dos contratos, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

25.10. As contratadas centralizarão o comando da publicidade do ANUNCIANTE na cidade de São Paulo, onde, para esse fim, manterão sede, filial, sucursal ou escritório, observado o disposto nos subitens 5.1, inciso II e 5.1, inciso III, da Cláusula Quinta da Minuta de Contrato (Anexo V).

25.11. Integrarão os contratos a serem firmados, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital, os elementos apresentados pelas licitantes vencedoras que tenham servido de base para o julgamento desta concorrência e a Proposta de menor preço.

26. GARANTIA DE EXECUÇÃO

26.1. As disposições pertinentes à garantia de execução estão estabelecidas na Cláusula Décima Segunda da Minuta de Contrato (Anexo V).

27. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DO CONTRATANTE

27.1. As obrigações da contratada e do CONTRATANTE, vinculadas à execução do contrato a ser firmado em decorrência do presente certame, estão estabelecidas nas Cláusulas Quinta e Sexta da Minuta de Contrato (Anexo V) deste Edital, conforme o Art.89, §2º da Lei nº 14.133/2021.

28. FISCALIZAÇÃO

28.1. O ANUNCIANTE nomeará gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução dos contratos resultantes desta concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar as contratadas, objetivando sua imediata correção, nos termos da Cláusula Sétima da Minuta de Contrato (Anexo V).

29. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

29.1. A remuneração às contratadas, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Oitava e Nona da Minuta de Contrato (Anexo V), consoante os preços estabelecidos na Proposta de menor preço, observado o item 15 deste Edital.

29.2. A forma e as condições de pagamento são as constantes da Cláusula Décima Primeira da Minuta de Contrato (Anexo V).

30. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

30.1. Será aplicada às licitantes vencedoras multa compensatória de até 1% (um por cento), calculada sobre a estimativa de despesas prevista no subitem 3.1, independentemente de outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 14.133/2021, diante das seguintes ocorrências:

- a) recusa injustificada em assinar o termo de contrato, no prazo estipulado;
- b) não manutenção das condições de habilitação e qualificação, a ponto de inviabilizar a contratação.

30.1.1. O disposto no subitem precedente não se aplica às licitantes convocadas na forma do subitem 25.1.1.1 deste Edital.

30.2. O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pelas contratadas, sem justificativa aceita pelo ANUNCIANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as sanções previstas em lei e no contrato a ser firmado entre as partes, nos termos da Cláusula Décima Terceira da Minuta de Contrato (Anexo V).

31. DISPOSIÇÕES FINAIS

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

31.2. A Comissão Especial de Licitação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder vistoria da infraestrutura que as agências apresentaram nas Propostas Técnicas (quesito Capacidade de Atendimento), que estarão à disposição do ANUNCIANTE para a execução do contrato.

31.3 A Comissão Especial de Licitação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, até a abertura do Invólucro nº 2, nas situações previstas nos subitens 31.1 e 31.2 deste Edital.

31.4. Até a assinatura dos contratos, as licitantes vencedoras poderão ser desclassificadas ou inabilitadas se o ANUNCIANTE tiver conhecimento de fato desabonador às suas classificações técnicas ou às suas habilitações, conhecido após o julgamento de cada fase.

31.4.1. Se ocorrer desclassificação ou inabilitação de licitante vencedora, por fatos referidos no subitem precedente, o ANUNCIANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas ou revogar esta concorrência.

31.5. Se, durante a execução dos contratos, o instrumento firmado com uma ou mais contratadas não for prorrogado, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, o ANUNCIANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para dar continuidade à execução do objeto do contrato, desde que concordem e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiverem sujeitas as signatárias dos contratos.

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

31.7. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o ANUNCIANTE comunicará os fatos verificados ao Conselho Administrativo de Defesa Econômica do Ministério da Justiça e ao Ministério Público Estadual, para as providências devidas.

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

31.9. 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.

31.10. Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, observadas as normas previstas no art. 147, da Lei n. 14.133/2021, esta concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade insanável em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

31.10.1. A nulidade do procedimento licitatório induz à dos contratos, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 148 da Lei nº 14.133/2021.

31.10.2. O ANUNCIANTE poderá cancelar de pleno direito qualquer Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o respectivo contrato, independentemente de interposição judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados às contratadas o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.

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

31.12. Correrão por conta do ANUNCIANTE as despesas que incidirem sobre a formalização dos contratos, incluídas as decorrentes de sua publicação.

31.13. As questões suscitadas por este Edital que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no foro da Comarca da capital do Estado de São Paulo.

31.14. Integram este Edital os seguintes Anexos:

Anexo I: *Briefing*

Anexo II: Modelo de Procuração

Anexo III: Modelo de Proposta de Preços

Anexo III.A: Modelo de declaração de elaboração independente

Anexo IV: Modelo de Declaração (Habilitação)

Anexo V: Minuta de Contrato

Anexo VI: Modelo de Termo de Confidencialidade, Sigilo e Uso

Anexo VII: Avaliação Bimestral de Agência de Propaganda

Anexo VIII: Manual de Seleção Interna de Agência de Propaganda Contratada

Anexo IX – Estudo Técnico Preliminar

São Paulo, 03 de Julho de 2025.

Documento assinado digitalmente
 VIVIANE FERNANDA DUTRA
Data: 03/07/2025 17:46:19-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Viviane Fernanda Dutra
Diretora de Administração e Logística
DETRAN/SP

ANEXO I

BRIEFING

EXERCÍCIO CRIATIVO: Educação Viária Infantil

1. INTRODUÇÃO

- 1.1. O presente *briefing* contém informações e instruções destinadas às agências de propaganda que participarão deste procedimento licitatório a ser realizado pelo **Departamento Estadual de Trânsito de São Paulo – Detran-SP**, cujo objeto é a contratação da prestação de serviços de publicidade.
- 1.2. As informações a seguir visam apresentar este órgão, seus principais objetivos e atribuições a fim de subsidiar as agências na elaboração de suas propostas técnicas, indicando, inclusive o tema para o exercício criativo.

2. PRINCÍPIOS GERAIS

- 2.1. Dentro dos princípios que regem a atividade governamental, tais como o da transparência e legalidade de seus atos, ressaltamos que as ações de publicidade e comunicação devem ter caráter educativo, informativo, de orientação e mobilização social. Isso está em conformidade com o disposto no artigo 37, parágrafo 1º, da Constituição Federal, perseguindo a eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos, com permanente e sistemática avaliação dos resultados.
- 2.2. Para atender adequadamente ao interesse público, todas as ações de publicidade devem sempre respeitar aos princípios constitucionais mencionados adotando como linha de atuação a publicidade institucional ou de utilidade pública.

- 2.3. Em síntese, as principais características dos serviços a serem prestados pela agência de publicidade ao DETRAN-SP incluem a observância rigorosa dos princípios legais que norteiam a atividade administrativa, sempre objetivando atender ao interesse público, priorizando a educação, orientação e a disseminação de informações sobre os programas, projetos e ações do governo junto à população do Estado.

3. O CLIENTE

- 3.1. O **Departamento Estadual de Trânsito de São Paulo – Detran-SP** é uma autarquia, que foi assim transformada por força da Lei Complementar nº 1.195, de 17 de janeiro de 2013, o que lhe confere personalidade jurídica de direito público, autonomia administrativa, financeira e patrimonial, regendo-se pela legislação federal, estadual e por Regulamento próprio. Este órgão integra o Sistema de Comunicação do Governo do Estado de São Paulo – SICOM, como um órgão setorial.
- 3.2. O Detran-SP está vinculado à Secretaria de Gestão e Governo Digital, tem sede e foro na Cidade de São Paulo, circunscrição em todo o território estadual, e goza de todos os direitos, privilégios e isenções assegurados às autarquias pela legislação federal e estadual, bem como das prerrogativas da Fazenda Pública.
- 3.3. Este órgão faz parte do Sistema Nacional de Trânsito - SNT e é responsável no Estado de São Paulo pelas atividades de trânsito estabelecidas pelo Código de Trânsito Brasileiro - CTB e por sua normatização.
- 3.4. As competências do Detran-SP incluem promover a educação para o trânsito, planejar, coordenar, executar e controlar ações relacionadas à habilitação de condutores, à documentação e aos serviços para veículos. O órgão também é responsável pela produção de estatísticas de trânsito, além de gerenciar a autuação e a arrecadação de multas.
- 3.5. O Detran-SP possui unidades de atendimento em todos os municípios do Estado, contando com 336 Circunscrições Regionais de Trânsito - Ciretrans, 309 Seções de Trânsito e postos fixos de

atendimento do Poupatempo. Além disso, dispõe de unidades regionais para acompanhamento e controle, bem como uma estrutura de coordenação e normatização situada na capital do Estado.

- 3.6. A missão do Detran-SP vai além de garantir a segurança no trânsito por meio da habilitação de condutores e da documentação de veículos; ele também se dedica a reduzir os altos índices de ocorrências no trânsito brasileiro, desenvolvendo campanhas educativas focadas no trânsito, fundamentais para informar e educar a população. Essas campanhas transmitem mensagens claras e objetivas, auxiliando no cumprimento da legislação de trânsito e promovendo comportamentos éticos, cidadania e mobilidade segura.
- 3.7. O objetivo do órgão é realizar todas essas atividades com qualidade, eficiência e transparência, contribuindo para a promoção da defesa da vida e da cidadania.
- 3.8. Para alcançar esses objetivos, o Detran-SP pretende contratar agências de publicidade que ofereçam serviços técnicos especializados, conforme as diretrizes deste procedimento licitatório, visando divulgar a promoção de suas ações, programas e projetos de interesse da população.
- 3.9. Assim, esta Autarquia identificou a necessidade de continuar a desenvolver uma estrutura cada vez mais organizada, sólida e eficiente, desenvolvendo estudos e aprimorando as ações de publicidade da esfera governamental, visando a execução de suas finalidades institucionais.
- 3.10. Ademais, de acordo com o artigo 75 do Código de Trânsito Brasileiro - CTB, o Conselho Nacional de Trânsito - CONTRAN define anualmente os temas, mensagens e cronogramas das campanhas educativas de trânsito de âmbito nacional, que devem ser promovidas por todos os órgãos do Sistema Nacional de Trânsito - SNT. Essas campanhas são realizadas em períodos estratégicos, como férias escolares, feriados prolongados e a Semana Nacional de Trânsito, com o objetivo de conscientizar a população sobre a importância de um trânsito seguro.

4. EXERCÍCIO CRIATIVO.

- 4.1. O Exercício Criativo para esta licitação terá o tema: **Educação Viária Infantil.**

- 4.2. A proposta consiste na elaboração de uma campanha publicitária com foco na **conscientização sobre segurança viária para o público infantil e seus responsáveis**, abordando de forma clara, acessível e lúdica a convivência no trânsito, com estímulo a comportamentos seguros e responsáveis.
- 4.3. SOLUÇÕES A SEREM APRESENTADAS: As propostas deverão contemplar soluções publicitárias que reforcem o tema de Educação Viária Infantil, considerando as seguintes diretrizes:

4.3.1. Desenvolvimento de um conceito criativo que comunique, de forma clara e acessível, a importância da segurança no trânsito para crianças e seus responsáveis, alinhado ao posicionamento institucional do DETRAN-SP.

4.3.2. Planejamento de campanha publicitária integrada, abrangendo peças para mídia online, offline, digital, redes sociais, mídia exterior, rádio, TV, impressos e outros formatos pertinentes, com foco na divulgação da mensagem de utilidade pública.

4.3.3. Público-Alvo:

Crianças – Público Primário

Faixa etária: 6 a 10 anos

Escolaridade: Ensino Fundamental – Anos Iniciais (1º ao 5º ano)

Professores e Profissionais da Educação – Público Multiplicador

Faixa etária: Geralmente entre 25 e 60 anos

Perfil: Educadores responsáveis pela condução de atividades pedagógicas e pelo desenvolvimento de competências sociais, éticas e de cidadania.

Responsáveis (Pais, Mães, Cuidadores) – Público Influenciador

Faixa etária: 25 a 50 anos (em média)

Perfil: Adultos que acompanham e conduzem as crianças no cotidiano. Têm papel fundamental na formação de hábitos seguros no trânsito, reforçando o que é aprendido na escola.

4.3.4. Objetivos Específicos:

4.3.4.1. Desenvolvimento de um conceito criativo unificado

4.3.4.2. Criação de uma identidade visual para a campanha, incluindo nome, slogan, paleta de cores, tipografia e elementos gráficos adequados à proposta, garantindo conexão com o público-alvo e alinhamento à identidade do Detran-SP e do Governo do Estado de São Paulo.

4.3.4.3 Proposta de mensagem central, slogan e tom de comunicação da campanha, considerando a transformação digital do DETRAN-SP, além da necessidade de linguagem clara, lúdica e de fácil assimilação.

4.3.5. Definição de estratégia de mídia, considerando os meios mais eficazes para alcançar o público-alvo, com utilização de veículos e formatos publicitários adequados, observando a tabela cheia dos veículos, sem negociações prévias, para assegurar a equidade entre as propostas.

4.3.6. Desenvolvimento de uma estratégia de veiculação multicanal, considerando a abrangência local, regional e estadual, garantindo ampla divulgação e alcance da campanha.

4.3.7. Definição de estratégia de mídia e não mídia a ser realizada, adequada ao público-alvo de forma eficiente, tanto de forma ampla quanto restrita (local), utilizando todos os meios de comunicação aptos a tal fim.

4.3.8. A comunicação deve caracterizar-se como prestação de serviço à população, prezando pela clareza, acessibilidade e alinhamento com os princípios da publicidade de utilidade pública..

4.3.9. Definição de identidade visual para o conjunto de ações, respeitando o manual de identidade visual do DETRAN e do Governo do Estado de São Paulo.

- a) Logos, Marcas e Manual de Identidade Visual
 - a.1. Manual de identidade visual do Detran – Anexo I - B
 - a.2. https://issuu.com/governosp/docs/gesp_manual_de_identidade_visual_03_mar_2023_1.3
- b) Mídias próprias – Canais de Comunicação Oficiais do DETRAN-SP
 - b.1. Site: <https://novoqa.detran.sp.gov.br/detransp>
 - b.2. Intranet #SouDetranSP - <https://governosp.sharepoint.com/sites/soudetransp/>
 - b.3. Facebook - <https://www.facebook.com/detranspoficial>
 - b.4. Threads - <https://www.threads.net/@detranspoficial>
 - b.5. X - <https://x.com/DetranSPOficial>
 - b.6. Instagram - <https://www.instagram.com/detranspoficial/>
 - b.7. TikTok - <https://www.tiktok.com/@detranspoficial>
 - b.8. Flickr - <https://www.flickr.com/photos/detranspoficial/>

4.3.10. Redes Sociais: As redes sociais, portais, buscadores e demais plataformas deverão ser considerados como serviços de tecnologia, portanto, o impulsionamento nas diversas plataformas devem ser considerados serviço de produção e não de veiculação.

4.3.11. Período da campanha: 3 (três) meses.

4.3.12. Desenvolvimento de ferramentas: O desenvolvimento de ferramentas deve tornar possível ao cliente aferir os resultados alcançados pela ação de publicidade desenvolvida, especialmente voltadas para o público-alvo, especialmente de não mídia.

4.3.13. Verba estimada para o “briefing” – exercício criativo: R\$ 12.000.000,00 (doze milhões).

5. INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO ANTERIOR

5.1. Informações relativas ao investimento publicitário podem ser encontradas em: <https://detran.sp.gov.br/wps/portal/portaldetran/detran/transparencia>

5.2. Os gastos detalhados com publicidade no período de 2020 a 2023 segue abaixo apresentada:

2020	
DESPESA TOTAL DE PUBLICIDADE	47.815.802,90
PRODUÇÃO	4.641.228,70
MÍDIA	43.174.574,21
Detalhamento da Despesa de Mídia	
Internet	3.177.190,08
Mídia exterior	2.363.551,02
Monitores	40.009,44
Painel Eletrônico	55.872,88
Rádio	4.455.684,34
Relógio Digital	198.281,71
Revista	1.898.247,06
TV Assinatura	304.170,75
TV	30.056.261,12
OOH	575.350,06
Jornal	49.955,75

2021	
DESPESA TOTAL DE PUBLICIDADE	49.399.389,04
PRODUÇÃO	10.769.033,75
MÍDIA	38.630.355,28
Detalhamento da Despesa de Mídia	
Internet	3.642.583,83
Mídia exterior	424.584,24
Mídia Alternativa	795.625,00
Rádio	8.201.244,89
Revista	556.474,92
TV Assinatura	91.121,91
TV	24.071.602,28
OOH	403.848,59
Jornal	443.269,62
2022	
DESPESA TOTAL DE PUBLICIDADE	39.803.751,03
PRODUÇÃO	11.766.333,38
MÍDIA	28.037.417,65
Detalhamento da Despesa de Mídia	
Internet	1.269.745,82
Mídia exterior	-

Mídia Alternativa	593.750,00
Rádio	7.465.652,41
Revista	42.750,00
TV Assinatura	132.898,54
TV	17.156.911,22
OOH	1.266.215,96
Jornal	109.493,70

2023	
DESPESA TOTAL DE PUBLICIDADE	50.430.243,11
PRODUÇÃO	14.764.220,91
MÍDIA	35.666.022,20
Detalhamento da Despesa de Mídia	
Internet	3.087.470,39
Cinema	118.999,48
Mídia exterior	479.277,52
Metrô	534.537,50
Mobiliário Urbano	479.696,08
Monitores	1.773.606,98
Painel Eletrônico	106.875,00
Rádio	9.144.646,01
Relógio Digital	1.112.352,21
TV	17.381.114,60
OOH	1.104.026,84
Trem	290.790,52
Jornal	52.629,07

5.3. Os valores dos contratos anteriores são os que segue abaixo:

5.3.1. Celebrado em 09/12/2013 - R\$ 31 milhões a cada 6 meses = R\$ 62 milhões/ano;

5.3.2. Celebrado em 23/01/2020 - R\$ 33 milhões a cada 6 meses = R\$ 66 milhões/ano.

ANEXO II

MODELO DE PROCURAÇÃO

Outorgante

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

Outorgado

Representante devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante na **Concorrência Presencial nº 01 / 2025**.

Poderes

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

local e data

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

<observação: se particular, a procuração será elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada, sendo necessário comprovar os poderes do outorgante para a presente delegação>

ANEXO III

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

À

Comissão Especial de Licitação

Referente Concorrência Presencial nº 01 / 2025 –Departamento Estadual de Trânsito- DETRAN-SP.

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

a) Percentual de honorários de (.....por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

b) Percentual de honorários de (.....por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione ao licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei federal nº 4.680/1965;

c) Percentual de honorários de (.....por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias; e

2) Percentual de repasse de 5% (cinco por cento) do desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação em favor da contratante (item 6.4 das Normas Padrão do CENP e seu anexo B).

2.1) Percentual de (.....por cento) em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos e, também, decorrente da cessão de uso de obras consagradas, quando ocorrer a reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado.

3) Os preços propostos são de nossa exclusiva responsabilidade e não nos assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

4) O prazo de validade desta Proposta de Preços é de 120 (cento e vinte) dias corridos, contados de sua apresentação, em consonância com o disposto no subitem 14.3 do Edital.

4. Outras declarações

4.1 Estamos cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos patrimoniais de autor e conexos, estabelecidas na Cláusula Décima da Minuta de Contrato (Anexo V).

4.2 Estamos cientes de que o ANUNCIANTE procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

4.3 Comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação, transferindo ao ANUNCIANTE todas as vantagens obtidas, nos termos do disposto no parágrafo único do art. 15 da Lei n.º 12.232/2010.

4.4 Garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores de bens e de serviços especializados e aos veículos de divulgação, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo do ANUNCIANTE, nos termos da Cláusula Décima Primeira da Minuta de Contrato (Anexo V).

4.5 Esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital da concorrência em referência.

local e data

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

ANEXO III.A

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

Eu, _____, portador do CPF nº _____, representante legal do licitante _____ (*nome empresarial*), interessado em participar da Concorrência Presencial nº 01/2025, Processo nº ___/___, **DECLARO**, sob as penas da Lei, especialmente o artigo 299 do Código Penal Brasileiro, que:

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

DECLARO, ainda, que a pessoa jurídica que represento conduz seus negócios de forma a coibir fraudes, corrupção e a prática de quaisquer outros atos lesivos à Administração Pública, nacional ou estrangeira, em atendimento à Lei Federal nº 12.846/ 2013 e ao Decreto Estadual nº 67.301/2022, tais como:

- I – prometer, oferecer ou dar, direta ou indiretamente, vantagem indevida a agente público, ou a terceira pessoa a ele relacionada;
- II – comprovadamente, financiar, custear, patrocinar ou de qualquer modo subvencionar a prática dos atos ilícitos previstos em Lei;
- III – comprovadamente, utilizar-se de interposta pessoa física ou jurídica para ocultar ou dissimular seus reais interesses ou a identidade dos beneficiários dos atos praticados;
- IV – no tocante a licitações e contratos:
- a) frustrar ou fraudar, mediante ajuste, combinação ou qualquer outro expediente, o caráter competitivo de procedimento licitatório público;
 - b) impedir, perturbar ou fraudar a realização de qualquer ato de procedimento licitatório público;
 - c) afastar ou procurar afastar licitante, por meio de fraude ou oferecimento de vantagem de qualquer tipo;
 - d) fraudar licitação pública ou contrato dela decorrente;
 - e) criar, de modo fraudulento ou irregular, pessoa jurídica para participar de licitação pública ou celebrar contrato administrativo;
 - f) obter vantagem ou benefício indevido, de modo fraudulento, de modificações ou prorrogações de contratos celebrados com a administração pública, sem autorização em lei, no ato convocatório da licitação pública ou nos respectivos instrumentos contratuais; ou
 - g) manipular ou fraudar o equilíbrio econômico-financeiro dos contratos celebrados com a administração pública;
- V – dificultar atividade de investigação ou fiscalização de órgãos, entidades ou agentes públicos, ou intervir em sua atuação, inclusive no âmbito das agências reguladoras e dos órgãos de fiscalização do sistema financeiro nacional.

(Local e data).

(Nome/assinatura do representante legal)

ANEXO IV

MODELO DE DECLARAÇÃO (HABILITAÇÃO)

MODELO A QUE SE REFERE O ITEM 18.2.5.1. DO EDITAL

Nome completo: _____

CPF nº: _____

DECLARO, sob as penas da Lei, que o licitante _____ (*nome empresarial*), interessado em participar da Concorrência Presencial nº 01/2025, Processo nº ____/____:

- a) está em situação regular perante o Ministério do Trabalho e Emprego no que se refere a observância do disposto no inciso XXXIII do artigo 7.º da Constituição Federal, na forma do Decreto Estadual nº 42.911/1998;
- b) não se enquadra em nenhuma das vedações de participação na licitação do item 4.2 deste Edital;
- c) não possui empregados executando trabalho degradante ou forçado, observando o disposto nos incisos III e IV do artigo 1º e no inciso III do artigo 5º da Constituição Federal; e
- d) atende às normas de saúde e segurança do trabalho, nos termos do parágrafo único do artigo 117 da Constituição Estadual.

(Local e data).

(Nome/assinatura do representante legal)

ANEXO V**MINUTA DE CONTRATO**

CLÁUSULA PRIMEIRA	LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS
CLÁUSULA SEGUNDA	OBJETO
CLÁUSULA TERCEIRA	VIGÊNCIA
CLÁUSULA QUARTA	VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS
CLÁUSULA QUINTA	OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA
CLÁUSULA SEXTA	OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE
CLÁUSULA SÉTIMA	FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO
CLÁUSULA OITAVA	REMUNERAÇÃO
CLÁUSULA NONA	DESCONTO DE AGÊNCIA
CLÁUSULA DÉCIMA	DIREITOS AUTORAIS
CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA	LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS
CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA	GARANTIA DE EXECUÇÃO
CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA	SANÇÕES ADMINISTRATIVAS
CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA	RESCISÃO
CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA	DA PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS
CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA	MATRIZ DE RISCO
CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA	DISPOSIÇÕES GERAIS
CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA	FORO

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL n.º 01/2025
PROCESSO SEI n.º 140.00245564/2024-60

CONTRATO n.º /2025

Termo de contrato celebrado entre DEPARTAMENTO ESTADUAL DE TRÂNSITO – DETRAN-SP e as agências de publicidade vencedoras do certame em referência, TENDO POR OBJETO A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE.

O **DEPARTAMENTO ESTADUAL DE TRÂNSITO – DETRAN-SP**, por meio da Diretoria de Administração e Logística, doravante designado CONTRATANTE, neste ato representado pela Senhora Viviane Fernanda Dutra, RG nº 40.689.062-72SSP-RS e CPF nº 923.933.570-68, no uso da competência conferida pelo Decreto-Lei Estadual nº 233, de 28 de abril de 1970, e as agências de propaganda

- (i) _____, inscrita no CNPJ sob nº _____, com sede _____, neste ato representada pelo Senhor(a) _____, portador do RG nº _____ e CPF nº _____;
- (ii) _____, inscrita no CNPJ sob nº _____, com sede _____, neste ato representada pelo Senhor(a) _____, portador do RG nº _____ e CPF nº _____;
- (iii) _____, inscrita no CNPJ sob nº _____, com sede _____, neste ato representada pelo Senhor(a) _____, portador do RG nº _____ e CPF nº _____;

doravante denominadas **CONTRATADAS**, em face da adjudicação efetuada no certame licitatório indicado em epígrafe, celebram o presente **TERMO DE CONTRATO**, mediante as seguintes cláusulas e condições que reciprocamente outorgam e aceitam:

CLÁUSULA PRIMEIRA - LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1 O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei nº 12.232/2010, e, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965, e nº 14.133/2021 além das demais normas legais e regulamentares aplicáveis à espécie.

1.1.1 Aplicam-se também a este contrato as disposições do Decreto n.º 43.833, de 08 de fevereiro de 1999, do Decreto n.º 66.019, de 15 de setembro de 2021, e do Decreto nº 66.020, de 15 de setembro de 2021.

1.2 Independentemente de transcrição, fazem parte deste contrato o Edital da Concorrência nº 01 /2025, seus Anexos, bem como as Propostas Técnica e de Preços da **CONTRATADA**, os quais constituem parte deste instrumento.

CLÁUSULA SEGUNDA – OBJETO

2.1 Constitui objeto do presente contrato a prestação de serviços de publicidade, por intermédio de agência de propaganda, 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 ações publicitárias da **CONTRATANTE** junto a públicos de interesse.

2.1.1 Também integram o objeto deste contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução do presente contrato;
- b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do presente contrato; e
- c) à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

2.1.1.1 A contratação dos serviços, elencados no subitem 2.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

2.1.1.2 O estudo e o planejamento, previstos no subitem 2.1, objetivam subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

2.1.1.3 As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;
- c) possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

2.1.2 Os serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 não abrangem as ações de publicidade legal, as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.1.2.1 Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente, os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículo de divulgação.

2.2 As **CONTRATADAS** atuarão por ordem e conta da **CONTRATANTE**, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.3 As **CONTRATADAS** não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nesta Cláusula.

2.4. Os serviços de que trata esta cláusula serão prestados em conformidade com as diretrizes do Sistema de Comunicação do Governo do Estado de São Paulo – SICOM, sob a coordenação, supervisão e controle do **CONTRATANTE** e da Secretaria de Comunicação, nos termos do Decreto Estadual nº 66.019, de 15 de setembro de 2021.

2.5. As Agências atuarão individualmente, de acordo com as solicitações do **CONTRATANTE**, que expedirá ordens de serviço específicas e independentes para cada **CONTRATADA**.

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

2.7 Para a execução dos serviços, a **CONTRATANTE** observará os procedimentos de seleção interna entre as agências contratadas, em decorrência do processo licitatório que deu origem a este instrumento, cuja metodologia consta do Anexo VIII do Edital do Certame e foi publicada no <veículo da imprensa oficial>, de <data>, páginas XX a XX, conforme disposto no art. 2º, § 4º, da Lei nº 12.232/2010, <se for o caso> disponível na internet no endereço <endereço eletrônico do anunciante>.

2.8. O objeto contratual executado deverá atingir o fim a que se destina, com a eficácia e a qualidade requeridas.

CLÁUSULA TERCEIRA – VIGÊNCIA

3.1 O presente contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura, obedecidas as condições estabelecidas no Edital indicado no preâmbulo deste instrumento, correndo por conta das **CONTRATADAS** todas as despesas necessárias à sua plena e adequada execução, em especial as despesas atinentes a seguros, transportes, tributos, encargos trabalhistas e previdenciários.

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

3.1.2 A prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho das **CONTRATADAS**, a ser efetuada pela **CONTRATANTE**.

3.1.3. Qualquer das **CONTRATADAS** poderá se opor à prorrogação de que trata o parágrafo primeiro da presente cláusula, desde que o faça mediante documento escrito, recepcionado pelo **CONTRATANTE** em até 60 (sessenta) dias antes do vencimento do contrato, ou de cada uma das dilatações do prazo de vigência.

3.1.4. A não prorrogação do prazo de vigência contratual por conveniência do **CONTRATANTE** não gerará às **CONTRATADAS** direito a qualquer espécie de indenização.

3.1.5. Não obstante o prazo estipulado no item 3.1. desta Cláusula, a vigência nos exercícios subsequentes ao da celebração do contrato estará sujeita à condição resolutiva, consubstanciada esta na inexistência de recursos aprovados nas respectivas Leis Orçamentárias de cada exercício para atender as respectivas despesas.

3.1.5.1. Ocorrendo a resolução do contrato, com base na condição estipulada no item 3.1.5 desta Cláusula, as **CONTRATADAS** não terão direito a qualquer espécie de indenização.

CLÁUSULA QUARTA – VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1 O valor deste contrato, decorrente da Concorrência Presencial nº 01 / 2025, que deu origem a este instrumento, está estimado em **R\$ 70.000.000,00 (setenta milhões de reais)**, pelos primeiros 12 (doze) meses.

4.2 No presente exercício as despesas decorrentes desta contratação irão onerar a UGE: 532403, Funcional Programática: 04125530449910000, PTRES: 535808, Fonte de Recurso: 175220006 e Categoria Econômica 339039.18.

4.3 Se a **CONTRATANTE** optar pela prorrogação deste contrato, No(s) exercício(s) seguinte(s), correrão à conta dos recursos próprios para atender às despesas da mesma natureza, cuja alocação será feita no início de cada exercício financeiro.

4.3.1 Na prorrogação, a **CONTRATANTE** poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com as **CONTRATADAS**, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução deste contrato.

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

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

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

CLÁUSULA QUINTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

5.1 Constituem obrigações das **CONTRATADAS**, além das constantes do Briefing, das estabelecidas em lei e demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

I - Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade;

II - Centralizar o comando da publicidade do Detran no Município de São Paulo, onde deverá ser mantida unidade administrativa para esse fim, sem prejuízo da utilização de outras dependências para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas;

III - comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, no Município de São Paulo, estrutura de atendimento compatível com o volume e as características dos serviços a serem prestados ao Detran;

IV - executar com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de serviços especializados e veículos, todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo DETRAN;

V - utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da licitação que deu origem a este ajuste, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal ao Detran;

VI - envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir ao Detran as vantagens obtidas, observando-se o seguinte:

a) pertencem ao Detran as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação;

b) o disposto na alínea "a" deste item VI não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18, da Lei federal nº 12.232/2010;

c) o desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido ao Detran, caso este venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado;

d) nenhuma das CONTRATADAS poderá privilegiar os planos de incentivo (Lei federal nº 12.232/2010, art. 18) em detrimento dos interesses do Detran, seja preterindo veículos de divulgação que não os concedam, seja priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados;

e) o descumprimento ao disposto na alínea “d” deste item VI constituirá grave violação aos deveres contratuais, submetendo a CONTRATADA infratora a processo administrativo que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato;

f) deverão ser sempre negociadas as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes do contrato, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelo direito de autor e conexos, bem como em relação aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilização de peças publicitárias;

VII – no fornecimento de bens ou serviços especializados ao Detran, caberá a cada CONTRATADA observar as seguintes condições:

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

b) apresentar somente cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF, aptos a fornecer bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato, nos termos do artigo 14 da Lei federal nº 12.232/2010;

c) apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados no SICAF que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

d) exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

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

f) juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito e em atividade no CNPJ ou no CPF e nos cadastros de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

VIII - Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do DETRAN;

IX – O Detran procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado, podendo para isso recorrer às informações disponíveis no SICAF;

X - Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão do gestor deste contrato.

XI - Se e quando julgar conveniente, o Detran poderá:

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

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

XII – Cada CONTRATADA informará, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas na Cláusula Décima para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos;

XIII - As disposições dos itens VII a XII desta cláusula não se aplicam à compra de mídia;

XIV – a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste contrato, deverá ser submetida à prévia e expressa anuência do Detran;

XV – é vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados de empresas que:

a) um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;

b) dirigente ou empregado da CONTRATADA executora da ordem de serviço tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

XVI – as despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, a veiculação ou quaisquer outras despesas relacionadas com este Contrato dependem de prévia aprovação e autorização, por escrito, do Detran;

XVII – a reserva e compra de espaço ou tempo publicitário de veículos dependerá de expressa autorização por parte do Detran;

XVIII – deverá ser apresentado ao Detran, para aprovação, o Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no item 11.4, cláusula décima primeira, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei federal nº 12.232/2010;

XIX – deverá ser apresentado ao Detran, como alternativa ao item XVIII desta Cláusula, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o

relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no item 11.4 da cláusula décima primeira, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei federal nº 12.232/2010, observando-se:

a) o estudo de que trata o *caput* desta cláusula deve levar em conta os meios, praças e veículos habitualmente programados nos esforços de comunicação do Detran, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA;

b) o resultado da negociação global entre as partes prevista na alínea “a” deste item vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 3 (três) meses da data de assinatura deste contrato;

c) ao final do período de 3 (três) meses, a CONTRATADA apresentará novo estudo, que vigorará durante os próximos 3 (três) meses seguintes e assim sucessivamente;

d) se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no *caput* deste item, o Detran solicitará novo estudo e, em decorrência, poderá efetuar nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

XX – cada CONTRATADA deverá encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo do Detran, sem ônus para este:

a) TV e Cinema: extensão .MP4 e seus respectivos arquivos de origem editáveis e em alta resolução, incluindo links e fontes utilizadas.

b) Internet: extensão HTML e seus respectivos arquivos vinculados necessários para a correta visualização do site offline;

c) Rádio: extensão .MP3 e seus respectivos arquivos de origem editáveis e em alta resolução, incluindo links e fontes utilizadas;

d) Mídia impressa e material publicitário: extensão .PDF fechado para produção gráfica e seus respectivos arquivos de origem editáveis e em alta resolução, incluindo links e fontes utilizadas.

e) quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, mantida a exigência de apresentação de cópia em *Betacam* com a peça de TV;.

XXI – competirá, também, a cada CONTRATADA:

a) manter, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos, independentemente do disposto no item XX;

b) orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pelo Detran.

XXII - o material a ser utilizado na distribuição, referido na alínea “b” do item XXI desta cláusula, só será definido após sua aprovação pelo Detran e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no item XX;

XXIII – cada CONTRATADA deverá, ainda:

- a) para a liquidação e pagamento dos valores contratuais, respeitar o prazo máximo de 120 (cento e vinte) dias corridos para apresentação dos documentos fiscais e comprobatórios, salvo em decorrência de situações imprevisíveis, caso fortuito ou de força maior que o impeça, devidamente justificadas.
- b) observar o prazo de 5 (cinco) dias úteis para fins de comprovação dos pagamentos realizados a fornecedores especializados e veículos de comunicação e divulgação.
- c) exigir dos eventuais fornecedores contratados, no que couber, as mesmas condições fiscais e jurídicas a que estão obrigadas pelo presente contrato, no que diz respeito à regularidade fiscal, tributária e quanto a sua regular instituição;

XXIV – constituem, igualmente, obrigações de cada CONTRATADA:

- a) tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do Detran, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos, bem como os honorários pelos serviços realizados até a data das referidas ocorrências, desde que estas não tenham sido causadas pela própria CONTRATADA ou por fornecedores e veículos por ela contratados;
- b) não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome do Detran, sem sua prévia e expressa autorização;
- c) prestar esclarecimentos ao Detran sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam o seu nome, independentemente de solicitação;
- d) não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira;
- e) manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na licitação que lhe deu origem, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei federal nº 12.232/2010;
- f) cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa;
- g) observar e respeitar a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados;

- h) responsabilizar-se por todos os tributos que forem devidos em decorrência da execução do objeto deste Contrato, pelas contribuições devidas à Seguridade Social, por encargos trabalhistas, por prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, pelos encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado;
- i) responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados;
- j) apresentar, quando solicitada pelo Detran, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais;
- k) executar todos os contratos firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e a própria do Detran;
- l) manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do Detran;
- m) responder perante o Detran e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato;
- n) responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para o Detran;
- o) responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e ou contratados;
- p) adotar, no caso de ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, as providências necessárias no sentido de preservação do Detran, mantendo-o a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não logrando êxito, reembolsá-lo das importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do respectivo pagamento;
- q) responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionada com os serviços objeto deste contrato;
- r) manter em carteira os títulos originados pelos serviços executados, sendo vedada as suas negociações junto a estabelecimento financeiro. Se da infringência deste dispositivo advier protestos do título, a CONTRATADA obriga-se a efetuar às suas expensas o respectivo cancelamento, no prazo de 5 (cinco) dias, contados da data da emissão do correspondente instrumento cartorário.

XXV – obedecer às normas e rotinas do Detran, em especial as que disserem respeito à proteção de dados pessoais, à segurança, à guarda, à manutenção e à integridade das informações coletadas, custodiadas, produzidas, recebidas, classificadas, utilizadas, acessadas, reproduzidas, transmitidas, distribuídas, processadas, arquivadas, eliminadas ou avaliadas durante a execução do objeto a que se refere a Cláusula Primeira deste Contrato, observando as normas legais e regulamentares aplicáveis.

XXVI - colocar à disposição do Detran equipe mínima de profissionais do quadro da agência que ficarão disponíveis para atendimento imediato e permanente do Detran, com os perfis e quantitativos nos termos abaixo descritos:

- 1 (um) profissional de atendimento, nível sênior, com experiência comprovada de mais de 5 (cinco) anos na área;

- 2 (dois) profissionais de criação, nível sênior, com experiência comprovada de mais de 5 (cinco) anos na área;

- 1 (um) profissional de produção (impressa, eletrônica, digital e de design/computação gráfica), nível sênior, com experiência comprovada de mais de 5 (cinco) anos na área;

- 1 (um) profissional de mídia, nível sênior, com experiência comprovada de mais de 5 (cinco) anos na área

XXVII - incluir em seus contratos com empresas independentes de checagem, o acesso direto do Detran aos relatórios de checagem, bem como às ferramentas de monitoramento, audiência, consumo, comportamento, investimento e aos demais dados brutos, nos termos a serem definidos no decorrer da execução contratual.

5.2 As CONTRATADAS não poderão oferecer, dar ou se comprometer a dar a quem quer que seja, tampouco aceitar ou se comprometer a aceitar de quem quer que seja, por conta própria ou por intermédio de outrem, qualquer pagamento, doação, compensação, vantagens financeiras ou benefícios de qualquer espécie relacionados de forma direta ou indireta ao objeto deste contrato, o que deve ser observado, ainda, pelos seus prepostos, colaboradores e eventuais subcontratados, caso permitida a subcontratação.

5.3 Em atendimento à Lei Federal nº 12.846/2013 e ao Decreto Estadual nº 60.106/2014, as CONTRATADAS se comprometem a conduzir os seus negócios de forma a coibir fraudes, corrupção e quaisquer outros atos lesivos à Administração Pública, nacional ou estrangeira, abstendo-se de práticas como as seguintes:

- I – prometer, oferecer ou dar, direta ou indiretamente, vantagem indevida a agente público, ou a terceira pessoa a ele relacionada;
- II – comprovadamente, financiar, custear, patrocinar ou de qualquer modo subvencionar a prática dos atos ilícitos previstos em Lei;
- III – comprovadamente, utilizar-se de interposta pessoa física ou jurídica para ocultar ou dissimular seus reais interesses ou a identidade dos beneficiários dos atos praticados;
- IV – no tocante a licitações e contratos:
 - a) frustrar ou fraudar, mediante ajuste, combinação ou qualquer outro expediente, o caráter competitivo de procedimento licitatório público;
 - b) impedir, perturbar ou fraudar a realização de qualquer ato de procedimento licitatório público;
 - c) afastar ou procurar afastar licitante, por meio de fraude ou oferecimento de vantagem de qualquer tipo;
 - d) fraudar licitação pública ou contrato dela decorrente;
 - e) criar, de modo fraudulento ou irregular, pessoa jurídica para participar de licitação pública ou celebrar contrato administrativo;
 - f) obter vantagem ou benefício indevido, de modo fraudulento, de modificações ou prorrogações de contratos celebrados com a administração pública, sem autorização em lei, no ato convocatório da licitação pública ou nos respectivos instrumentos contratuais; ou
 - g) manipular ou fraudar o equilíbrio econômico-financeiro dos contratos celebrados com a administração pública;
 - h) dificultar atividade de investigação ou fiscalização de órgãos, entidades ou agentes públicos, ou intervir em sua atuação, inclusive no âmbito das agências reguladoras e dos órgãos de fiscalização do sistema financeiro nacional.

5.4 O descumprimento das obrigações previstas nos itens 5.2 e 5.3 desta Cláusula Quinta poderá submeter a CONTRATADA infratora à rescisão unilateral do contrato, a critério do CONTRATANTE, sem prejuízo da aplicação das sanções penais e administrativas cabíveis e, também, da instauração do processo administrativo de responsabilização de que tratam a Lei Federal nº 12.846/2013 e o Decreto Estadual nº 60.106/2014.

CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

6.1 Constituem obrigações da **CONTRATANTE**, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

- a) cumprir os compromissos financeiros assumidos com as CONTRATADAS;
- b) indicar formalmente o gestor, responsável pelo acompanhamento e fiscalização da execução do ajuste;
- c) comunicar, por escrito, às CONTRATADAS, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas úteis;
- d) fornecer e colocar à disposição todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- e) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos a cada CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de bens e serviços especializados;
- f) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
- g) comunicar, mediante notificação formal, as irregularidades constatadas na execução dos serviços;
- h) expedir notificação formal quando o assunto envolver penalidades, inclusive multas ou quaisquer débitos sob a responsabilidade de qualquer das CONTRATADAS;
- i) promover a retenção de valores relativos a tributos e contribuições que se imponha em razão de previsão legal;

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

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

CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

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

7.1.1 Será nomeado gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terá poderes, entre outros, para notificar a **CONTRATADA**, objetivando sua imediata correção.

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

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

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

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

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

7.7 As **CONTRATADAS** permitirão e oferecerão condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

7.8 As **CONTRATADAS** se obrigam a permitir que a auditoria interna da **CONTRATANTE** e/ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à **CONTRATANTE**.

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

7.10 A **CONTRATANTE** avaliará bimestralmente os serviços prestados pela **CONTRATADA**.

7.10.1 A avaliação será considerada pela **CONTRATANTE** para: apurar a necessidade de solicitar da(s) **CONTRATADA(S)** correções que visem maior qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; e fornecer, quando solicitado pela **CONTRATADA**, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

7.10.2 Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada ao gestor ou fiscal deste contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

CLÁUSULA OITAVA - REMUNERAÇÃO

8.1 Pelos serviços prestados, as **CONTRATADAS** serão remuneradas conforme disposto nesta Cláusula.

- a) Percentual de honorários de (.....por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;
- b) Percentual de honorários de (.....por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione ao licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei federal nº 4.680/1965;
- c) Percentual de honorários de (.....por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
- d) Percentual de (.....por cento) em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos e, também, decorrente da cessão de uso de obras consagradas, quando ocorrer a reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado;

8.2 Os honorários de que tratam o subitem 8.1 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da **CONTRATADA**.

8.3 A **CONTRATADA** não fará jus:

- a) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidente sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- b) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidente sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, referente à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, quando sua distribuição/veiculação lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

c) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

d) a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela **CONTRATANTE**, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

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

8.4.1 Quando houver a autorização excepcional da **CONTRATANTE** para o ressarcimento dessas despesas, deverão ser apresentados todos os comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução e assegurar o reembolso pelo valor líquido, sem a incidência de honorários.

8.5 As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse da **CONTRATANTE**, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1 Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, as **CONTRATADAS** farão jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

9.1.1 O desconto de que trata o subitem precedente é concedido às **CONTRATADAS** pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta da **CONTRATANTE**, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

9.2 AS **CONTRATADAS** repassarão à **CONTRATANTE** 5 % do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação (percentual referente ao item 2 da proposta de preços).

CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS

10.1 Cada uma das **CONTRATADAS** cede ao **CONTRATANTE** os direitos patrimoniais do autor das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste contrato.

10.1.1 A remuneração dos direitos patrimoniais mencionados no subitem precedente é considerada incluída nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.

10.1.2 A **CONTRATANTE** poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou por meio de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a **CONTRATADA**, seus empregados e prepostos.

10.1.3 A juízo da **CONTRATANTE**, as peças criadas pelas **CONTRATADAS** poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Poder Executivo Estadual, sem que caiba a eles ou à **CONTRATANTE** qualquer ônus perante as **CONTRATADAS**.

10.1.3.1 Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

10.2 Com vistas às contratações relacionadas a bens e serviços especializados que envolvam direitos de autor e conexos, nos termos da Lei nº 9.610/1998, a **CONTRATADA** solicitará, dos fornecedores, orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela **CONTRATANTE**.

10.2.1 A **CONTRATADA** utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor dos bens e dos serviços especializados garanta a cessão pelo prazo definido pela **CONTRATANTE**.

10.3 Qualquer remuneração, devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos, será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

10.4 As **CONTRATADAS** se obrigam a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pela **CONTRATANTE**, após os procedimentos previstos no subitem 5.1., inciso VII.

10.5 As **CONTRATADAS** se obrigam a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores de bens e de serviços especializados, nos casos de tomadas de imagens que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

I - a cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material à **CONTRATANTE**, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 05 (cinco) anos, contados da data do pagamento do bem ou do serviço especializado, pelas **CONTRATADAS** ao fornecedor, sem que caiba à **CONTRATANTE** qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

II - que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, a **CONTRATANTE** poderá solicitar cópia de imagens contidas no material bruto produzido, em mídia compatível com seu uso e destinação, por intermédio das **CONTRATADAS** ou de outra empresa com que venha a manter contrato para prestação de serviços;

III - que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão referida nos incisos anteriores será considerada como já incluída no custo de produção.

10.5.1 Se a **CONTRATANTE** pretender utilizar imagens que impliquem direitos de imagem e som de voz, constantes da cópia mencionada no inciso II do subitem 10.5, adotará as medidas cabíveis para a remuneração dos detentores desses direitos, nos termos da legislação.

10.6 A **CONTRATANTE** poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades do Poder Executivo Estadual. Nesses casos, quando couber, a **CONTRATADA** ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos das peças e o submeterá previamente à **CONTRATANTE**.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

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

I - a correspondente nota fiscal que será emitida sem rasura, em letra legível, em nome da **CONTRATANTE**, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do Banco, nome e número da Agência e número da conta; *(nos casos em que obrigatória, deverá ser apresentada a Nota Fiscal Eletrônica ou Nota Fiscal de Serviços Eletrônica, conforme regime tributário aplicável à transação e fato gerador, e ao domicílio tributário da contratada, ou outro critério legalmente aceitável).*

II - a primeira via do documento fiscal do fornecedor de bens e de serviços especializados ou do veículo de divulgação, que será emitido em nome da **CONTRATANTE**; *(nos casos em que obrigatória, deverá ser apresentada a Nota Fiscal Eletrônica ou Nota Fiscal de Serviços Eletrônica, conforme regime tributário aplicável à transação e fato gerador, e ao domicílio tributário da contratada, ou outro critério legalmente aceitável).*

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

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

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

11.1.3 As notas fiscais emitidas pela **CONTRATADA** devem ter em seu corpo, verso ou documento à parte a seguinte declaração, assinada por funcionário da agência responsável pela documentação:

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

- 11.2 A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da **CONTRATADA**:
- I - intermediação e supervisão, pela **CONTRATADA**, de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;
 - II - bens e serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;
 - III - veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1, da demonstração do valor devido ao veículo de divulgação, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 11.4.
- 11.2.1 Na ocorrência de falha local em uma programação em rede nacional de mídia eletrônica, além das providências previstas no inciso III do subitem anterior, a **CONTRATADA** deverá apresentar documento do veículo de divulgação com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.
- 11.2.2 É da responsabilidade da **CONTRATADA** observar rigorosamente os preços de tabela de cada inserção e dos respectivos descontos, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos planos de mídia à **CONTRATANTE**.
- 11.2.2.3 Para pagamento das despesas com veiculação, constarão dos procedimentos de execução do contrato os documentos fiscais apresentados pela contratada, a demonstração do valor devido ao veículo, a sua tabela de preços, a indicação dos descontos negociados, os pedidos de inserção e, sempre que possível, relatório de checagem a cargo de empresa independente, nos termos do art. 15 da Lei nº 12.232, de 2010.
- 11.3 O pagamento das despesas será feito fora o mês de produção ou veiculação, em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 11.1 e 11.2.
- 11.4 No tocante à veiculação, além do previsto no inciso III do subitem 11.2, a **CONTRATADA** fica obrigada a apresentar, sem ônus para a **CONTRATANTE**, os seguintes comprovantes:
- I - Revista: exemplar original;
 - II - Jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do Jornal e praça;
 - III - demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1., inciso XVIII ou 5.1, inciso XIX perante a **CONTRATANTE**, a impossibilidade de fazê-lo.
- 11.5. Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1., inciso XVIII ou 5.1, inciso XIX, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a **CONTRATADA** deverá apresentar:

a) TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa, quando for o caso, dia e horário da veiculação;

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

a2) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nas alíneas 'a' e 'a1' deste subitem, a **CONTRATADA** poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa, quando for o caso, dia e horário da veiculação;

b) Mídia Exterior:

b1) *Mídia Out Off Home*: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b2) *Mídia Digital Out Off Home*: relatório de exibição, fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar fotos dos monitores/displays programados, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b3) Carro de Som: relatório de veiculação fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b3.1) Além disso, deverá ser encaminhada filmagem de aproximadamente 01 (um) minuto dos veículos de divulgação contratados. O vídeo deve conter imagens dos veículos de som, onde

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

c) Internet: relatório de gerenciamento fornecido por empresas de tecnologia ou relatório de veiculação emitido, sob as penas do art. 299 do Código Penal, pela empresa que veiculou a peça, dependendo do que constar na relação/estudo citados nos subitens 5.1., inciso XVIII ou 5.1, inciso XIX.

11.5.1 As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 11.5 serão estabelecidas formalmente pela **CONTRATANTE**, antes da autorização do respectivo plano de mídia.

11.6 Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade da **CONTRATADA**, mediante consulta *on-line*, no *Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado* - SICAF e no site do Tribunal Superior do Trabalho.

11.6.1 Se a **CONTRATADA** não estiver cadastrada no *Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado* – SICAF ou se sua situação no sistema apresentar documentação obrigatória vencida, deverá apresentar Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município.

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

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

11.8 No caso de eventual falta de pagamento pela **CONTRATANTE** nos prazos previstos, o valor devido será acrescido de encargos moratórios, mediante solicitação expressa da **CONTRATADA**, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do IPCA – Índice de Preços ao Consumidor Amplo, mediante aplicação da seguinte fórmula:

$$AF = [(1 + IPCA/100)^{N/30} - 1] \times VP, \text{ na qual:}$$

- IPCA: Percentual atribuído ao Índice de Preços ao Consumidor Amplo, com vigência a partir da data do adimplemento da etapa;
- AF: Atualização financeira;
- VP: Valor da etapa a ser paga, igual ao principal mais o reajuste;
- N: Número de dias entre a data do adimplemento da etapa e a do efetivo pagamento.

11.8.1 Considera-se etapa, para fins do subitem 11.8, os serviços prestados pela **CONTRATADA** relativo aos bens e serviços especializados prestados por fornecedores e as contratações de espaços ou tempos publicitários, junto a veículos de divulgação.

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

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

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

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

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

11.10.2 O não cumprimento do disposto nos subitens 11.10 e 11.10.1 ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da **CONTRATADA**, até que seja resolvida a pendência.

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

11.10.2.2 Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 11.10.2, a **CONTRATANTE**, nos termos da Cláusula Décima Quarta, poderá optar pela rescisão deste contrato ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente aos fornecedores ou aos veículos de divulgação, conforme o caso.

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

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – GARANTIA DE EXECUÇÃO

12.1 CADA **CONTRATADA**, no prazo de 20 (vinte) dias, contados a partir da data de assinatura deste contrato, prestará garantia de cumprimento das obrigações contratuais, no valor correspondente a 1% (um por cento) do valor estimado para a execução dos serviços, conforme disposto no subitem 4.1 deste contrato

12.1.1 Esse prazo poderá ser prorrogado por igual período, a juízo da **CONTRATANTE**, à vista das justificativas que lhe forem apresentadas por alguma ou todas as **CONTRATADAS**.

12.1.2 A inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa, nos termos do inciso III do subitem 13.6.3 da Cláusula Décima Terceira.

12.1.3 O atraso superior a 30 (trinta) dias corridos, após os prazos previstos nos subitens 12.1 e 12.1.1, autoriza a **CONTRATANTE** a promover a rescisão deste contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõem o art. 115, §6º da Lei nº 14.133/2021, sem prejuízo de outras sanções previstas na Lei e neste contrato.

12.2 Caberá à **CONTRATADA** escolher uma das modalidades previstas no art. 96 da Lei nº 14.133/2021:

12.2.1. **Dinheiro.** A garantia em dinheiro deverá ser efetuada mediante depósito bancário em favor da Unidade Contratante no Banco do Brasil, em conta que contemple a correção monetária do valor depositado.

12.2.2. **Títulos da dívida pública.** Serão admitidos apenas títulos da dívida pública emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério competente.

12.2.3. **Fiança bancária.** Feita a opção pela fiança bancária, no instrumento deverá constar a renúncia expressa do fiador aos benefícios do artigo 827 do Código Civil.

12.2.4. **Seguro-garantia.** A apólice de seguro-garantia somente será aceita se contemplar todos os eventos indicados no item 12.3 do Edital. Caso tal cobertura não conste expressamente da apólice, a adjudicatária poderá apresentar declaração firmada pela seguradora emitente afirmando que o seguro-garantia apresentado é suficiente para a cobertura de todos os eventos indicados no item 12.3 do Edital.

12.3. **Cobertura.** A garantia de execução assegurará, qualquer que seja a modalidade escolhida, o pagamento de:

12.3.1. prejuízos advindos do inadimplemento total ou parcial do objeto do contrato;

12.3.2. prejuízos diretos causados à Unidade Contratante decorrentes de culpa ou dolo da contratada durante a execução do objeto do contrato;

12.3.3. multas, moratórias e compensatórias, aplicadas pela Unidade Contratante à contratada na forma da Cláusula décima terceira deste contrato; e

12.3.4. obrigações trabalhistas e previdenciárias de qualquer natureza não adimplidas pela contratada, quando couber.

12.4. Não serão aceitas garantias que incluam outras isenções de responsabilidade que não as seguintes:

12.4.1. Caso fortuito ou força maior;

12.4.2. Descumprimento das obrigações pela contratada decorrentes de atos ou fatos imputáveis exclusivamente à Unidade Contratante;

12.4.3. Hipóteses de isenção de responsabilidade decorrentes de exigência legal ou regulamentar.

12.5. **Validade da garantia.** A validade da garantia, qualquer que seja a modalidade escolhida, deverá abranger um período mínimo de três meses após o término da vigência contratual. A garantia deve assegurar a cobertura de todos os eventos ocorridos durante a sua validade, ainda que o sinistro seja comunicado pela Unidade Contratante após expirada a vigência do contrato ou a validade da garantia;

12.6. **Readequação.** No caso de alteração do valor do contrato, a garantia deverá ser readequada nas mesmas condições. Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a **CONTRATADA** deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis, contados da data em que for notificada pela Unidade Contratante para fazê-lo.

12.7. **Extinção.** Decorrido o prazo de validade da garantia, e desde que constatado o cumprimento integral de todas as obrigações contratuais, esta será considerada extinta com a devolução da apólice, da carta-fiança ou com a autorização concedida pela Unidade Contratante para que a contratada realize o levantamento do depósito em dinheiro. 12.8

12.8. Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses da **CONTRATANTE**.

12.9 Sem prejuízo das sanções previstas em lei e neste contrato, a não prestação da garantia exigida implicará sua imediata rescisão.

12.10 Na hipótese de prorrogação deste contrato, a **CONTRATANTE** exigirá nova garantia, escolhida pela **CONTRATADA** entre as modalidades previstas na Lei nº 14.133/2021.

12.11 O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à **CONTRATANTE** no prazo máximo de 15 (quinze) dias, contados da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

12.12 A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da **CONTRATADA**, no prazo de 90 (noventa) dias após o término do prazo de vigência deste contrato, mediante certificação, por seu gestor, de

que os serviços foram realizados a contento e desde tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.

12.15 A qualquer tempo, mediante entendimento prévio com a **CONTRATANTE**, poderá ser admitida a substituição da garantia, observadas as modalidades previstas no subitem 12.2 deste contrato.

12.15.1 Aceita pela **CONTRATANTE**, substituição da garantia será registrada no processo administrativo por meio de apostilamento.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

13.1 O descumprimento das obrigações assumidas pela **CONTRATADA**, sem justificativa aceita pela **CONTRATANTE**, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções administrativas:

I – Advertência;

II – Impedimento para licitar e contratar;

III – Multa de mora e multa compensatória;

IV - Suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a Administração por até 02 (dois) anos;

V - Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração.

13.1.1 Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurado à **CONTRATADA** o contraditório e a ampla defesa.

13.1.2 As sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato devidamente justificado da autoridade competente.

13.2 A aplicação das sanções observará as seguintes disposições:

I - a advertência, a suspensão temporária de participação da seleção interna de que trata o subitem 2.7 e as multas serão aplicadas pelo gestor ou autoridade competente deste contrato;

II - caberá ao autoridade competente aplicar a suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a Administração e propor a declaração de inidoneidade;

III - a aplicação da declaração de inidoneidade compete privativamente à autoridade máxima do anunciante.

13.3 A sanção de advertência poderá ser aplicada nos seguintes casos:

I - descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente;

II - outras ocorrências que possam acarretar transtornos ao desenvolvimento dos serviços, a juízo da **CONTRATANTE**, desde que não caiba a aplicação de sanção mais grave.

13.4. A falha na execução contratual restará configurada quando:

13.4.1 A **CONTRATADA** cometer, nos últimos 12 (doze) meses contínuos de execução contratual, uma quantidade de infrações cujo somatório de pontos correspondentes, conforme a Tabela 1, atinja ou ultrapasse 10 (dez) pontos:

Tabela 1 – Correspondência entre Grau da Infração e Quantidade de Pontos

Grau da infração	Quantidade de pontos atribuídos
Leve	1 ponto por infração
Média	2 pontos por infração
Grave	3 pontos por infração

13.4.2 Comprovadas as falhas e atingida a pontuação estabelecida no subitem 13.4.1, a **CONTRATANTE** poderá aplicar as sanções, por infração, conforme os graus, as correspondências, as descrições e as incidências estabelecidas na Tabela 2 e na Tabela 3, apresentadas a seguir:

Tabela 2 – Grau e correspondência de cada infração

Grau da infração	Correspondência
Leve	Advertência (na primeira infração)
	Multa no valor de 0,025 %, por incidência, sobre o valor total deste contrato ou valor do serviço (após a primeira infração).
Média	Multa no valor de 0,1 %, por incidência, sobre o valor total deste contrato ou valor do serviço.
Grave	Multa no valor de 0,5 %, por incidência, sobre o valor total deste contrato ou valor do serviço.

Tabela 3 – Infrações

Item	Descrição	Grau	Incidência
1.	Não operar como organização completa prejudicando o fornecimento dos serviços com elevada qualidade.	Média (passível de correção)	Semestral
2.	Demora para centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE no Município de São Paulo, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial.	Média (passível de correção)	Por ocorrência.
3.	Não executar, com seus próprios recursos, todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, mediante demanda da CONTRATANTE .	Grave	Semestral
4.	Não utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento.	Leve (passível de correção)	Semestral
5.	Substituir os profissionais envolvidos na execução contratual sem o conhecimento e anuência da CONTRATANTE .	Leve (passível de correção)	Por ocorrência
6.	Não envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação ou não transferir à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas.	Grave	Por ocorrência.
7.	Não observar rigorosamente as especificações estipuladas pela CONTRATANTE no fornecimento de produtos e serviços relacionados com o objeto deste contrato.	Grave	Por ocorrência.
8.	Não exercer o controle de qualidade na execução dos serviços prestados, com base nos parâmetros determinados pela CONTRATANTE .	Grave	Por ocorrência.
9.	Não atuar com atenção e responsabilidade na elaboração de estimativa de custos dos	Grave	Por ocorrência

	produtos e serviços objeto deste contrato.		
10.	Não observar as condições estabelecidas no presente contrato para o fornecimento de bens e de serviços especializados à CONTRATANTE	Média (passível de correção)	Semestral
11.	Não observar os prazos estabelecidos pela CONTRATANTE na condução dos serviços objeto deste contrato.	Média (passível de correção)	Por ocorrência
12.	Provocar prejuízos e danos à CONTRATANTE devido a sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços objeto deste contrato.	Grave	Por ocorrência
13.	Não tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE .	Grave	Por ocorrência.
14.	Não repassar à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.	Grave	Por ocorrência.
15.	Não repassar à CONTRATANTE o desconto de antecipação de pagamento, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.	Grave	Por ocorrência.
16.	Sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE , preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam.	Grave	Por ocorrência.
17.	Não negociar as melhores condições de preço, até os percentuais máximos estabelecidos neste contrato, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE .	Grave	Por ocorrência.

18.	Não incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010. (Igualdade racial)	Média (passível de correção)	Por ocorrência.
19.	Contratar fornecedores de bens e de serviços especializados ou reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, relacionados à execução deste contrato, sem a autorização prévia e por escrito da CONTRATANTE .	Grave	Por ocorrência.
20.	Não providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da CONTRATANTE em veículos de divulgação que promovam conteúdos ou atividades ilegais.	Leve (passível de correção)	Por ocorrência.
21.	Não apresentar à CONTRATANTE , para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente.	Leve (passível de correção)	Por ocorrência.
22.	Cotar preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que: um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação; e que algum dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.	Grave	Por ocorrência.
23.	Realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com este contrato, sem a	Grave	Por ocorrência.

	autorização prévia da CONTRATANTE .		
24.	Recusar a encaminhar, sempre que solicitado pela CONTRATANTE , sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos.	Leve (passível de correção)	Por ocorrência.
25.	Não zelar pelo irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos em decorrência da execução contratual, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE .	Grave	Por ocorrência
26.	Divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, mesmo que acidentalmente, sem a prévia e expressa autorização da CONTRATANTE .	Grave	Por ocorrência.
27.	Recusar o ressarcimento à CONTRATANTE de qualquer dano ou prejuízo oriundo de eventual quebra de sigilo das informações fornecidas.	Grave	Por ocorrência.
28.	Não prestar o devido esclarecimento à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA .	Grave	Por ocorrência
29.	Caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.	Grave	Por ocorrência
30.	Não cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes ao objeto deste contrato.	Média (passível de correção)	Por ocorrência.
31.	Não cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados.	Média (passível de correção)	Por ocorrência
32.	Não manter durante a execução deste contrato todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento.	Média (passível de correção)	Semestral

33.	Não apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE , a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.	Leve (passível de correção)	Por ocorrência
34.	Gerar prejuízos e infrações à CONTRATANTE na prestação dos serviços objeto deste contrato.	Grave	Por ocorrência
35.	Não realizar de forma devida o pagamento de tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos Poderes Públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.	Média (passível de correção)	Por ocorrência.
36.	Não observar na execução dos serviços as boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição.	Leve (passível de correção)	Semestral

13.4.3 As penalidades decorrentes das condutas tipificadas acima podem ser aplicadas cumulativamente entre si, desde que seu somatório não ultrapasse 10% (dez por cento) do valor atualizado da contratação, sem prejuízo das demais sanções dispostas no subitem 13.1.

13.4.2 No ato de advertência, a **CONTRATANTE** estipulará prazo para o cumprimento da obrigação ou responsabilidade mencionadas no inciso I e para a correção das ocorrências de que trata o inciso II, ambos do subitem 13.3.

13.5 A suspensão temporária de participação da seleção interna de que trata o subitem 2.7 será aplicada quando, vencido o prazo estipulado na advertência, a **CONTRATADA** continuar inadimplente em relação ao fato que deu origem à sanção.

13.6 A multa moratória poderá ser cobrada pelo atraso injustificado no cumprimento do objeto ou de prazos estipulados.

13.6.1 O atraso sujeitará a **CONTRATADA** à multa de:

I – 0,33% (trinta e três décimos por cento) por dia de atraso na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, até o limite de 30 (trinta) dias úteis, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida;

II – 0,66% (sessenta e seis décimos por cento) por dia de atraso, na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida, em caráter excepcional, se houve justificativa plausível, a juízo da **CONTRATANTE**, quando o atraso ultrapassar 30 (trinta) dias.

13.6.2 O atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias na entrega de material ou execução de serviço poderá caracterizar a inexecução total deste contrato, a juízo da **CONTRATANTE**.

13.6.3 A **CONTRATADA** estará sujeita à multa compensatória de:

I - 1% (um por cento), calculada sobre o valor da nota fiscal correspondente ao material ou ao serviço em que tenha ocorrida a falta, quando caracterizada a inexecução parcial ou a execução insatisfatória deste contrato;

II - 1% (um por cento), calculada sobre o valor que reste executar deste contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pela:

a) inexecução total deste contrato;

b) pela interrupção da execução deste contrato, sem prévia autorização da **CONTRATANTE**.

III – 0,07% (sete centésimos por cento) do valor deste contrato ou do valor da dotação orçamentária, o que for menor, por dia de atraso, observado o máximo de 2% (dois por cento) pela recusa injustificada em apresentar a garantia prevista no subitem 12.1 deste contrato;

IV - até 1% (um por cento) sobre o valor que reste executar deste contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pelo descumprimento de qualquer cláusula contratual, respeitado o acima disposto neste subitem.

13.7 A suspensão do direito de licitar e contratar com a Administração poderá ser aplicada à **CONTRATADA** se, por culpa ou dolo, prejudicar ou tentar prejudicar a execução deste ajuste, nos seguintes prazos e situações:

I - por até 06 (seis) meses:

a) atraso no cumprimento das obrigações assumidas contratualmente, que tenha acarretado prejuízos financeiros para a **CONTRATANTE**;

b) execução insatisfatória do objeto deste contrato, se antes tiver havido aplicação da sanção de advertência ou multa, na forma dos subitens 13.3, 13.4 e 13.6.

II - por até 02 (dois) anos:

a) não conclusão dos serviços contratados;

b) prestação do serviço em desacordo com as especificações constantes da Solicitação de Ação

de Comunicação Publicitária – SAC, depois da solicitação de correção efetuada pela **CONTRATANTE**;

c) cometimento de quaisquer outras irregularidades que acarretem prejuízo à **CONTRATANTE**, ensejando a rescisão deste contrato por sua culpa;

d) condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos e contribuições, praticada por meios dolosos;

e) apresentação, à **CONTRATANTE**, de qualquer documento falso ou falsificado, no todo ou em parte, com o objetivo de participar da licitação que deu origem a este contrato, que venha ao conhecimento da **CONTRATANTE** após a assinatura deste contrato, ou para comprovar, durante sua execução, a manutenção das condições apresentadas na habilitação;

f) ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei nº 14.133/2021, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento da **CONTRATANTE** após a assinatura deste contrato;

g) reprodução, divulgação ou utilização, em benefício próprio ou de terceiros, de quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio e expresso da **CONTRATANTE**.

13.7 A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração será aplicada quando constatada má-fé, ação maliciosa e premeditada em prejuízo da **CONTRATANTE**, atuação com interesses escusos, reincidência em faltas que acarretem prejuízo à **CONTRATANTE** ou aplicações anteriores de sucessivas outras sanções.

13.7.1 A declaração de inidoneidade será aplicada à **CONTRATADA** se, entre outros casos:

I - sofrer condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos, praticada por meios dolosos;

II - demonstrar, a qualquer tempo, não possuir idoneidade para licitar ou contratar com a **CONTRATANTE**, em virtude de atos ilícitos praticados;

III - reproduzir, divulgar ou utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio da **CONTRATANTE**.

13.7.2 A declaração de inidoneidade implica proibição da **CONTRATADA** de transacionar com a Administração, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, perante a autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a **CONTRATADA** ressarcir a **CONTRATANTE** pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada.

13.8 Da aplicação das sanções de advertência, suspensão temporária de participação da seleção interna de que trata o subitem 2.7, multa e suspensão do direito de licitar ou contratar com a Administração caberá recurso, no prazo de 03 (três) dias úteis, contados do primeiro dia útil subsequente ao do recebimento

da comunicação.

13.8.1 O recurso referente à aplicação de sanções deverá ser dirigido à autoridade imediatamente superior, por intermédio daquela responsável pela sua aplicação, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 03 (três) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, enviá-lo à instância superior, devidamente motivado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 10 (dez) dias úteis, contados do recebimento do recurso, conforme especificado a seguir:

- a) a advertência, o impedimento quanto a participação da seleção interna de que trata o subitem 2.7 e a multa: à autoridade competente, por intermédio do gestor;
- b) impedimento do direito de licitar ou contratar com a Administração: à autoridade competente, por intermédio do gestor;

13.9 As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis, respondendo ainda a **CONTRATADA** por qualquer indenização suplementar no montante equivalente ao prejuízo excedente que causar, na forma do parágrafo único do art. 416 do Código Civil Brasileiro.

13.10 A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei nº 14.133/2021, incluída a responsabilização da **CONTRATADA** por eventuais perdas e danos causados à **CONTRATANTE**.

13.11 O valor das multas poderá ser descontado da garantia constituída, do valor da fatura de quaisquer serviços referentes ao presente contrato, cobrado diretamente ou, ainda, quando for o caso, cobrado judicialmente da **CONTRATADA**.

13.11.1 O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela **CONTRATANTE**.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – RESCISÃO

14.1 O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos no art. 155 da Lei 14.133/2021.

14.1.1 Este contrato também poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados o contraditório e a ampla defesa, quando a **CONTRATADA**:

- a) for atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;
- b) for envolvida em escândalo público e notório;
- c) quebrar o sigilo profissional;

- d) utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;
- e) não prestar garantia suficiente para garantir o cumprimento das obrigações contratuais;
- f) der motivo à suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que a CONTRATANTE, como consequência, venha a sofrer;
- g) deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato;
- h) vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública;
- i) não mantiver suas condições de habilitação e qualificação, incluída a comprovação da qualificação técnica de funcionamento prevista no art. 4º da Lei nº 12.232/2010;
- j) deixar de atender ao disposto nos subitens 5.1., inciso VI, alínea “d”, 11.10, 11.10.1 e 11.10.2.1.

14.1.2 Exceto quando se tratar de caso fortuito, força maior ou razões de interesse público, a rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial, a retenção dos créditos decorrentes deste contrato, até o limite dos prejuízos causados à **CONTRATANTE**, ou a execução da garantia contratual, para ressarcimento dos valores das multas e indenizações a ele devidos.

14.1.2.1 Caso a retenção não possa ser efetuada, no todo ou em parte, na forma prevista no subitem 14.1.2, a **CONTRATADA** será notificada para, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da notificação, recolher o respectivo valor em agência bancária a ser indicada pela **CONTRATANTE**.

14.2 Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do processo administrativo, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

14.2.1 A rescisão unilateral ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.

14.3 Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pela **CONTRATANTE** e comprovadamente realizadas pela **CONTRATADA**, previstas no presente contrato.

14.4 Em caso de alteração das condições de habilitação jurídica da **CONTRATADA**, em razão de fusão, cisão, incorporação, associação, cessão ou transferência, total ou parcial, este contrato poderá ser ratificado e sub-rogado para a nova empresa, sem ônus para a **CONTRATANTE**, e com a concordância desta, com transferência de todas as obrigações aqui assumidas, independentemente de notificação judicial ou extrajudicial.

14.4.1 A **CONTRATANTE** se reserva o direito de continuar ou não com a execução deste contrato com a empresa resultante da alteração social.

14.4.2 Em caso de cisão, a **CONTRATANTE** poderá rescindir este contrato ou continuar sua execução, em relação ao prazo restante deste contrato, pela empresa que, entre as surgidas da cisão, melhor atenda às condições inicialmente pactuadas.

14.4.3 Em qualquer das hipóteses previstas no subitem 14.4, a ocorrência deverá ser formalmente comunicada à **CONTRATANTE**, anexando-se o documento comprobatório da alteração social, devidamente registrada.

14.4.3.1 A não apresentação do comprovante em até 05 (cinco) dias úteis após o registro da alteração social poderá implicar a aplicação das sanções previstas neste contrato e em lei.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DA PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS

15.1 Cada **CONTRATADA** deve cumprir a Lei Federal nº 13.709/2018 no âmbito da execução do objeto deste Contrato e observar as instruções por escrito do **CONTRATANTE** no tratamento de dados pessoais.

15.2 Cada **CONTRATADA** deve assegurar que o acesso a dados pessoais seja limitado aos empregados, prepostos ou colaboradores que necessitem conhecer/acessar os dados pertinentes, na medida em que sejam estritamente necessários para as finalidades deste Contrato, e cumprir a legislação aplicável, assegurando que todos esses indivíduos estejam sujeitos a compromissos de confidencialidade ou obrigações profissionais de confidencialidade.

15.3 Considerando a natureza dos dados tratados, as características específicas do tratamento e o estado atual da tecnologia, assim como os princípios previstos no caput do art. 6º da Lei Federal nº 13.709/2018, cada **CONTRATADA** deve adotar, em relação aos dados pessoais, medidas de segurança, técnicas e administrativas aptas a proteger os dados e informações de acessos não autorizados e de situações acidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração, comunicação ou qualquer forma de tratamento inadequado ou ilícito.

15.4 Considerando a natureza do tratamento, cada **CONTRATADA** deve, enquanto operadora de dados pessoais, implementar medidas técnicas e organizacionais apropriadas para o cumprimento das obrigações do **CONTRATANTE** previstas na Lei Federal nº 13.709/2018.

15.5. Cada **CONTRATADA** deve:

- I – notificar o **CONTRATANTE** na primeira oportunidade possível, ao receber requerimento de um titular de dados, na forma prevista no artigo 18 da Lei Federal nº 13.709/2018; e
- II – quando for o caso, auxiliar o **CONTRATANTE** na elaboração da resposta ao requerimento a que se refere o inciso I deste parágrafo.

15.6 Cada **CONTRATADA** deve notificar ao **CONTRATANTE**, na primeira oportunidade possível, a ocorrência de incidente de segurança relacionado a dados pessoais, fornecendo informações suficientes para que o **CONTRATANTE** cumpra quaisquer obrigações de comunicar à autoridade nacional e aos titulares dos dados a ocorrência do incidente de segurança sujeita à Lei Federal nº 13.709/2018.

15.7. Cada **CONTRATADA** deve adotar as medidas cabíveis para auxiliar na investigação, mitigação e reparação de cada um dos incidentes de segurança.

15.8 Cada **CONTRATADA** deve auxiliar o **CONTRATANTE** na elaboração de relatórios de impacto à proteção de dados pessoais, observado o disposto no artigo 38 da Lei Federal nº 13.709/2018, no âmbito da execução deste Contrato.

15.9 Na ocasião do encerramento deste Contrato, cada **CONTRATADA** deve, imediatamente, ou, mediante justificativa, em até 10 (dez) dias úteis da data de seu encerramento, devolver todos os dados pessoais ao **CONTRATANTE** ou eliminá-los, conforme decisão do **CONTRATANTE**, inclusive eventuais cópias de dados pessoais tratados no âmbito deste Contrato, certificando por escrito, ao **CONTRATANTE**, o cumprimento desta obrigação.

15.10 Cada **CONTRATADA** deve colocar à disposição do **CONTRATANTE**, conforme solicitado, toda informação necessária para demonstrar o cumprimento do disposto nesta cláusula, e deve permitir auditorias e contribuir com elas, incluindo inspeções, pelo **CONTRATANTE** ou auditor por ele indicado, em relação ao tratamento de dados pessoais.

15.11. Todas as notificações e comunicações realizadas nos termos desta cláusula devem se dar por escrito e ser entregues pessoalmente, encaminhadas pelo correio ou por e-mail para os endereços físicos ou eletrônicos informados em documento escrito emitido pelas partes por ocasião da assinatura deste Contrato, ou outro endereço informado em notificação posterior.

15.12 Cada **CONTRATADA** responderá por quaisquer danos, perdas ou prejuízos causados ao **CONTRATANTE** ou a terceiros decorrentes do descumprimento da Lei Federal nº 13.709/2018 ou de instruções do **CONTRATANTE** relacionadas a este Contrato, não excluindo ou reduzindo essa responsabilidade a fiscalização do **CONTRATANTE** em seu acompanhamento.

15.13 Caso o objeto da presente contratação envolva o tratamento de dados pessoais com fundamento no consentimento do titular de que trata o inciso I do artigo 7º da Lei nº 13.709/2018, deverão ser observadas por cada **CONTRATADA** ao longo de toda a vigência do contrato todas as obrigações específicas vinculadas a essa hipótese legal de tratamento de dados pessoais, conforme instruções por escrito do **CONTRATANTE**.

15.14 É vedada a transferência de dados pessoais, pelas **CONTRATADAS**, para fora do território do Brasil.

15.15 Na execução do objeto deste contrato, será dada preferência, sempre que possível, à utilização de dados anonimizados, ou de dados submetidos a pseudonimização, na hipótese de operações de tratamento de dados pessoais realizadas por cada **CONTRATADA**.

15.16 Nesta data, cada **CONTRATADA** entregará os Termos de Confidencialidade, Sigilo e Uso assinados pelos seus profissionais que atuarão no âmbito deste contrato, redigidos em conformidade com o modelo que constitui Anexo VI do Edital indicado no preâmbulo deste instrumento, contendo o compromisso de observância das normas de segurança, privacidade e proteção de dados e informações.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – MATRIZ DE RISCOS

16.1 As partes CONTRATANTES, tendo como premissa a obtenção do melhor custo contratual, mediante a alocação do risco à parte responsável, com maior capacidade para geri-lo e absorvê-lo, identificam os riscos decorrentes da relação contratual, sem prejuízo de outras previsões contratuais e estabelecem os respectivos responsáveis nesta Matriz de Riscos.

RISCOS						
Risco	Descrição	Consequência	Medidas Mitigadoras	Alocação do risco	Probabilidade	Impacto
Risco atinente ao Tempo de Execução	Atraso na execução do objeto contratual sem culpa da contratante.	Aumento do custo do produto e/ou do serviço.	Diligência do Contratado na execução contratual.	CONTRATADA	Média	Maior
	Falta de habilidade técnica	Retrabalho em tarefas	Substituição da equipe da contratada	CONTRATADA	Média	Moderado
	Falta de comprometimento da equipe da contratada	Atraso nos processos durante as fases de definição	Interrupção imediata na prestação do serviço	CONTRATADA	Média	Moderado
Risco da Atividade Empresarial	Falta de recursos humanos e ferramentas	Equipe não constituída e ferramentas insuficientes	Substituição da equipe e aquisição de ferramentas adequadas	CONTRATADA	Média	Maior
	Atraso no pagamento das faturas da contratada	Atraso no repasse aos fornecedores	Estabelecer rotina de pagamento mais célere	CONTRATANTE	Média	Moderado

IMPACTO FINANCEIRO				
PROBABILIDADE	INSIGNIFICANTE 1	MENOR 2	MODERADO 3	MAIOR 4
ALTA				
MÉDIA				Atraso na execução do objeto contratual por culpa do Contratado.
			Falta de habilidade técnica	
			Falta de comprometimento da equipe da contratada	
				Falta de recursos humanos e ferramentas
			Atraso no pagamento das faturas da contratada	

BAIXA				
-------	--	--	--	--

	Impacto	Consequência
1	Insignificante	Baixas perdas financeiras
2	Menor	Perdas financeiras médias
3	Moderado	Altas perdas financeiras
4	Maior	Elevadas perdas financeiras

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA - DISPOSIÇÕES GERAIS

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

17.2 É vedada a utilização, na execução dos serviços prestados pela **CONTRATADA**, de empregado que seja familiar de agente público ocupante de cargo em comissão ou função de confiança na **CONTRATANTE**.

17.3 A **CONTRATANTE** providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial do Estado, a suas expensas.

17.4 Constituem direitos e prerrogativas da **CONTRATANTE**, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 14.133/2021, que a **CONTRATADA** aceita e a eles se submete.

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

17.6 As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de bens e de serviços especializados e dos veículos de divulgação, serão publicadas no sítio da **CONTRATANTE** na internet.

17.6.1 As informações sobre valores pagos pelos bens e serviços especializados contratados serão divulgadas pelos totais destinados para cada tipo de fornecedor e para cada meio de comunicação.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA – FORO

18.1 As questões decorrentes da execução deste contrato que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no foro da Comarca da capital do Estado de São Paulo.

E, por estarem justos e acordados, assinam o presente contrato em 04 (quatro) vias.

São Paulo, ___/___/___

Viviane Fernanda Dutra
Diretora de Administração e Logística
DETRAN/SP

Representante legal do Contratado 1

Representante legal do Contratado 2

Representante legal do Contratado 3

TESTEMUNHAS:

1

2

ANEXO VI

MODELO DE TERMO DE CONFIDENCIALIDADE, SIGILO E USO

- *Redação do preâmbulo do Termo a ser assinado pelo representante legal de cada Contratada*

A Contratada _____, inscrita no CNPJ sob o número _____, com sede em _____, doravante designada Signatário, neste ato representada por _____, inscrito(a) no CPF sob o número _____, aceita as regras, condições e obrigações constantes do presente Termo.

- *Redação do preâmbulo do Termo a ser assinado pelos profissionais de cada Contratada*

_____, inscrito(a) no CPF sob o número _____, doravante designado(a) Signatário, aceita as regras, condições e obrigações constantes do presente Termo.

1. O objetivo deste Termo de Confidencialidade, Sigilo e Uso é prover a necessária e adequada proteção às informações restritas de propriedade exclusiva e/ou sob controle do Contratante reveladas ao Signatário ou por ele acessadas ou tratadas em função da execução do objeto do contrato __/____.

2. A expressão “informações restritas” abrange toda informação escrita, oral ou de qualquer outro modo apresentada, tangível ou intangível, podendo incluir, mas não se limitando a: dados pessoais, técnicas, projetos, especificações, desenhos, cópias, diagramas, fórmulas, modelos, amostras, fluxogramas, croquis, fotografias, plantas, programas de computador, discos, *pen drives*, fitas, contratos, planos de negócios, processos, projetos, conceitos de produto, especificações, amostras de ideia, clientes, nomes de revendedores e/ou distribuidores, marcas e modelos utilizados, preços e custos, definições e informações mercadológicas, invenções e ideias, vulnerabilidades existentes, outras informações técnicas, financeiras ou comerciais, entre outros.

3. O Signatário compromete-se a não reproduzir nem dar conhecimento a terceiros, sem a anuência formal e expressa do Contratante, das informações restritas reveladas, acessadas ou tratadas.

4. O Signatário compromete-se a não utilizar, de forma diversa da prevista no contrato celebrado com o Contratante, as informações restritas reveladas, acessadas ou tratadas.

5. O Signatário deverá cuidar para que as informações reveladas, acessadas ou tratadas fiquem limitadas ao conhecimento próprio.

6. O Signatário obriga-se a informar imediatamente ao Contratante qualquer violação das regras de confidencialidade, sigilo e uso estabelecidas neste Termo de que tenha tomado conhecimento ou que tenha ocorrido por sua ação ou omissão, independentemente da existência de dolo.

7. A quebra da confidencialidade, do sigilo ou das condições de uso das informações restritas reveladas, acessadas ou tratadas, por ação ou omissão do Signatário, devidamente comprovada, sem autorização expressa do Contratante, sujeitará o Signatário às consequências legais e sanções cabíveis, ao pagamento ou recomposição de todas as perdas e danos sofridos pelo Contratante, inclusive os de ordem moral, bem como às responsabilidades civil e criminal respectivas, as quais serão apuradas em regular processo judicial ou administrativo.

8. O presente Termo tem natureza irrevogável e irretroatável e suas obrigações perdurarão inclusive após o término da vigência do contrato mencionado no item 1 deste instrumento.

9. O Signatário compromete-se a obedecer as normas e rotinas da contratante em especial as que disserem respeito à proteção de dados pessoais, à segurança, à guarda, à manutenção e à integridade das informações recebidas.

E, por aceitar todas as condições e as obrigações constantes do presente Termo, o Signatário assina o presente Termo.

_____, ____ de _____ de _____.

ANEXO VII
AVALIAÇÃO BIMESTRAL DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA

Agência avaliada	
Início da vigência do contrato	
Unidade gestora da publicidade	
Titular da unidade	
Nome e cargo do avaliador	
Assinatura do avaliador	
Endosso do titular	
Data da avaliação	
Outros participantes	

Próxima avaliação prevista para	
---------------------------------	--

I - Aspectos estratégicos

1. Entendimento dos problemas de comunicação do cliente. Conhecimento da problemática do anunciante, de sua inserção social e mercadológica, seus pontos fortes e fracos.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

2. Uso de pesquisa para conhecimento dos segmentos dos públicos mais importantes no relacionamento publicitário do cliente; conhecimento de seus valores, atitudes, comportamentos e de seu modo de interagir com o cliente; conhecimento das expectativas do público-alvo em relação ao cliente.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

3. Capacidade de identificar alternativas de abordagem publicitária e acuidade na escolha da melhor dentro as cogitadas. Conhecimento e análise das ações de comunicação realizadas pela concorrência ou por defensores de pontos de vista diversos ou contrários. Acompanhamento, por iniciativa e conta próprias, e utilização de pesquisas relacionadas com a área de atuação do cliente.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

4. Visão estratégica: capacidade de articular conhecimentos sobre o cliente, os públicos, a comunicação concorrente ou adversa, os objetivos do cliente e as verbas disponíveis. Avaliação de campanhas realizadas e aproveitamento dos resultados em trabalhos subsequentes.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

5. Disponibilidade dos profissionais de planejamento e pesquisa para discutir problemas com os técnicos do cliente.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

II - Criação

1. Respeito ao público, à sua cultura e aos seus valores.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

2. Pertinência, originalidade e simplicidade das ideias criativas.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

3. Acerto das soluções propostas para os problemas apresentados; adequação ao *briefing*.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

4. Engenhosidade na concepção das peças; capacidade de produzir surpresa e encanto, quando necessário.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

5. Consistência da estratégia e dos partidos de criação propostos com os objetivos institucionais do cliente; respeito à personalidade institucional do cliente e à sua identidade visual, bem como à do Governo como um todo, considerando o SICOM.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

6. Objetividade. A criação está realmente a serviço do cliente, e não da promoção da capacidade criativa da agência.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

7. Conhecimento do setor e das ações de comunicação concorrentes ou adversas, revelado ou implícito nas soluções apresentadas.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

8. Manutenção de bons padrões de acabamento, amadurecimento das ideias e correção das informações nas peças apresentadas para exame e aprovação (*layouts*, textos, roteiros, *storyboards*).

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

9. Domínio de novos materiais, novas técnicas de produção e linguagens; atualização constante.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

10. Rapidez.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

11. Integração com o atendimento e o planejamento

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

12. Acesso dos representantes do cliente ao pessoal de criação

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

1. Qualidade artística e artesanal. Competência para preservar e incrementar a qualidade de textos, roteiros, layouts e originais em geral. Acabamento.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

2. Adequação, propriedade. Integração com o atendimento.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

3. Capacidade de cumprir prazos, sem sacrifício da qualidade.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

4. Prática de custos compatíveis com os de mercado, especialmente em comparação com o setor privado. Rapidez na apresentação de estimativas de custos.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

5. Capacidade de buscar soluções de produção que reduzam custos. Planejamento visando à economia na utilização dos materiais produzidos.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

6. Domínio de novas técnicas, processos e materiais. Atualização.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

7. Cumprimento de compromissos assumidos por ocasião da licitação

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

IV - Mídia: planejamento e pesquisa

1. Acompanhamento regular, por meio de estudos e pesquisas, da evolução dos hábitos de consumo de comunicação do público em geral e, em especial, dos segmentos mais importantes para a comunicação do cliente.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

2. Iniciativa na prospecção de novos meios.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

3. Capacidade de formular raciocínio estratégico em mídia.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

4. Competência para simular alternativas de *mix* de mídia e indicar a melhor cobertura do público-alvo, à vista dos objetivos e recursos do cliente.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

V - Compra e acompanhamento de mídia

1. Competência negocial para obter boas colocações nas inserções, oportunidades especiais, descontos sobre preços de tabelas, bonificações, reaplicações, prazos de pagamento em benefício do cliente.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

2. Discrção.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

3. Entrosamento com o atendimento. Rapidez e forma de apresentao dos planos de mídia.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

4. Agilidade para propor reformulações do plano ou da programação diante de alterações de conjuntura.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

5. Compatibilidade da execução da compra com a verba designada pelo cliente

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

6. Capacidade de conseguir compensações por falha do veículo (tais como truncamento da inserção, defeito de impressão), inclusive colocações inaceitáveis.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

7. Sistemática de checagem das veiculações em todos os meios; confiabilidade dos instrumentos de aferição empregados na checagem.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

8. Atendimento aos veículos de comunicação e divulgação e encaminhamento de propostas formuladas por esses ao cliente.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

VI – Metas

1. Atingimento de metas e objetivos institucionais e mercadológicos, comprovado em pesquisas de campo e definidos pelo cliente.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

VII - Grupo de atendimento

1. Conhecimento do cliente e das ações de comunicação concorrentes ou adversas.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

2. Disponibilidade. Pontualidade. Rapidez e tempestividade. Eficácia da sistemática de registro de reuniões/visitas/telefonemas e no acompanhamento de pendências.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

3. Objetividade e racionalidade. Interesse e disponibilidade para debater e considerar opiniões diversas das da agência. Honestidade e franqueza na defesa de trabalhos e opiniões.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

4. Capacidade de manter o trabalho da agência dentro do planejamento estratégico.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

5. Entrosamento com todas as áreas da agência. Capacidade de relacionar-se positivamente com o pessoal das áreas-fim do cliente.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

6. Rapidez na correção de falhas de procedimento apontadas. Capacidade de manter padrão de qualidade adequado nos materiais trazidos para aprovação (materiais bem elaborados e amadurecidos no âmbito da agência, quanto à forma e ao conteúdo).

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

7. Confiabilidade. Capacidade e disposição.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

VIII - Administração e finanças

1. Organização

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

2. Correção dos dados e documentos

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

3. Rapidez e forma de apresentação de faturas

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

4. Administração de pagamentos. Segurança e rapidez nos pagamentos a terceiros, por conta do cliente

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

IX - Serviços especiais

1. Disponibilização regular de:

- Pesquisas sobre hábitos de consumo de comunicação;
- Levantamento de investimentos publicitários da concorrência;
- Serviços de *clipping*;
- Coletânea de campanhas e peças sobre temas correlatos;
- Textos atuais sobre tendências e inovações em comunicação e *marketing*;
- Palestras sobre temas de interesse profissional;

- Vagas em eventos relacionados à atividade-fim do cliente e à área de comunicação e *marketing*.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

X - Atendimento global

1. Participação e envolvimento dos dirigentes da agência

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

2. Capacidade de atuar decisivamente e fornecer resultados de qualidade

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

3. Qualificação do conjunto de profissionais alocados ao atendimento da conta, em todas as áreas da agência. Observância da prática de consultar o cliente antes da substituição de profissionais alocados a seu atendimento.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

4. Rapidez e pontualidade das soluções para os problemas apresentados.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

5. Estrutura, na cidade sede do cliente, compatível com as necessidades deste.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

6. Cumprimento dos compromissos assumidos por ocasião da licitação, inclusive os relacionados a custos.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

7. Envolvimento global com os problemas e necessidades do cliente.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

RESULTADOS

Item	Descrição	Pontuação obtida
I	Aspectos estratégicos	
II	Criação	
III	Produção	
IV	Mídia: planejamento e pesquisa	
V	Compra e acompanhamento de mídia	
VI	Metas	
VII	Grupo de atendimento	
VIII	Administração e finanças	
IX	Serviços especiais	
X	Atendimento global	

	Total geral	
--	-------------	--

TABELA DE AVALIAÇÃO

Item	Nível	Pontuação
I	Excelente	496 a 560 pontos
	Muito bom	432 a 495 pontos
III	Bom	368 a 431 pontos
IV	Médio	304 a 367 pontos
V	Razoável	246 a 303 pontos
VI	Inaceitável	Até 245 pontos

COMENTÁRIOS

ANEXO VIII

MANUAL PARA SELEÇÃO INTERNA DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA CONTRATADA

1. Objetivo

1.1. Este Manual estabelece os procedimentos internos de seleção de agência de publicidade contratada a serem adotados consoante o estabelecido na Lei federal nº 12.232/2010.

1.2. Constituem ações de publicidade, para fins deste Manual, os serviços elencados na Lei federal nº 12.232/2010, os quais são objeto dos contratos firmados com agências.

1.3. Os serviços, objeto do contrato, não abrangem as ações de publicidade legal, as atividades de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas, bem assim a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2. Referências Legais

2.1. Lei Federal n.º 14.133, de 1º de abril de 2021 e Lei n.º 6.544 de 22 de novembro de 1989 e alterações posteriores.

2.2. Lei Federal n.º 12.232, de 29 de abril de 2010.

2.3. Lei Federal n.º 4.680, de 18 de junho de 1965.

2.4. Lei n.º 13.121, de 07 de julho de 2008.

2.5. Decreto federal n.º 57.690, de 1.º de fevereiro de 1966, alterado pelo Decreto federal n.º 4.563, de 31 de dezembro 2002.

2.6. Decreto n.º 43.833, de 08 de fevereiro de 1999.

2.7. Decreto Estadual n.º 66.019/2021 e Decreto Estadual nº 67.435/2023;

2.8. Normas e Instruções expedidas pelo órgão central do Sistema de Comunicação do Governo do Estado de São Paulo — SICOM.

2.9. Normas-Padrão da Atividade Publicitária do Conselho Executivo de Normas Padrão - CENP.

3. Do procedimento administrativo para seleção interna da agência de publicidade

3.1. O procedimento de seleção de agência de publicidade contratada para realização de ações de publicidade será iniciado com a abertura de processo administrativo, preferencialmente em formato digital, podendo também constituir-se em autos próprios, a partir da Solicitação de Ação de Comunicação Publicitária – SAC, devidamente numerada em ordem sequencial.

3.2. Constarão do processo de solicitação de ação de comunicação:

- a) numeração única e sequencial para cada exercício financeiro, em ordem crescente, em cada uma das solicitações;
- b) data de sua expedição;
- c) assunto/tema a ser abordado;
- d) contexto do assunto/tema;
- e) objetivo da ação de comunicação;
- f) problema/questão a ser enfrentada;
- g) público-alvo da ação de comunicação;
- h) sugestão de meios, formatos, peças e materiais a serem criados;
- i) identificação do órgão interessado;
- j) dotação orçamentária a ser onerada; e
- k) prazo para entrega da proposta.

3.3. Os documentos comprobatórios dos atos processuais e administrativos serão arquivados, preferencialmente em formato digital, podendo ainda ser juntados aos autos do procedimento, notadamente os formulários descritos neste manual, e a juntada deve respeitar, na medida do possível, a ordem cronológica de sua elaboração.

3.4. O andamento e a circulação da SAC deverão ocorrer, preferencialmente, por sistema eletrônico/digital.

3.5. Os procedimentos pertinentes ao recebimento, liquidação e pagamento dos serviços deverão fazer referência ao número das SAC's que deram origem aos serviços executados a serem pagos.

4. Do objeto das Solicitações de Ação de Comunicação e de sua origem

4.1. Os setores interessados na realização de ação de comunicação publicitária, encaminharão à Assessoria Especial de Comunicação Institucional suas necessidades e todas as demais informações que possibilitem a elaboração formal da Solicitações de Ações de Comunicação – SAC.

4.2. À Assessoria Especial de Comunicação Institucional caberá a análise da solicitação para os devidos ajustes e considerações, inclusive quanto à disponibilidade orçamentária

4.3. Após a sua aprovação e/ou adequação apenas a Assessoria Especial de Comunicação Institucional poderá dar início aos procedimentos descritos nos itens 3 a 5 deste manual.

4.4. Após a realização de todos os procedimentos descritos no item 3 a 5 deste Manual, a realização da ação de comunicação selecionada, só poderá ser iniciada mediante a autorização expressa do CONTRATANTE.

4.5. Quando, no decorrer da execução da ação de comunicação, for identificada a necessidade de se criar mais peças ou ampliar o plano de mídia já autorizado, será aberta nova SAC Complementar, com remissão expressa à anterior, ampliando-se as ações de comunicação conforme a necessidade.

5. Das etapas do procedimento de seleção interna das agências

5.1. A seleção interna das agências contratadas para a execução das ações de comunicação publicitárias, será realizada considerando-se as seguintes diretrizes técnicas:

- a) Objetivos específicos indicados na SAC;
- b) Critérios técnicos que regulam a atividade publicitária no Brasil (Lei federal n.º 4.680, de 18 de junho de 1965, Decreto federal n.º 57.690, de 1.º de fevereiro de 1966, alterado pelo Decreto federal n.º 4.563, de 31 de dezembro 2002 e Normas-Padrão da Atividade Publicitária do Conselho Executivo de Normas Padrão – CENP); e
- c) Princípios que regem a atividade administrativa, notadamente o da economicidade, da eficiência e da razoabilidade.

5.2. A seleção da agência de publicidade que irá desenvolver a Ação de Comunicação ocorrerá sempre justificadamente e observados as diretrizes acima apontadas, podendo se dar das seguintes formas:

- 5.2.1. Ocorrendo a solicitação de uma Ação de Comunicação cujo objeto já tenha sido desenvolvido anteriormente em outra ação de comunicação, poder-se-á dar preferência para a agência contratada que realizou a ação anterior, diante do conhecimento técnico e da expertise já desenvolvida, desde que:
- a.1. sejam passíveis de reaproveitamento o conhecimento técnico e a ideia criativa proposta no trabalho executado anteriormente;
 - a.2. que a execução da ação de comunicação anterior tenha sido avaliada como satisfatória e adequada pelo contratante.
- 5.2.2. Para a execução de ação de comunicação publicitária, uma vez não adotada a providência prevista no item anterior, a Assessoria Especial de Comunicação Institucional deverá dar início ao processo de seleção interna de agência de publicidade contratada, como indicado no item 3 deste manual.
- 5.3. Na seleção da agência de publicidade contratada, para execução de ação de comunicação publicitária inédita, deve-se adotar as seguintes providências:
- a) cientificação de todas as agências contratadas, pela CONTRATANTE, sobre a emissão da referida SAC, possibilitando que participem do processo seletivo, a ser comprovado por qualquer meio legal (missiva escrita, mensagem eletrônica, etc.);
 - b) apresentação, por parte das agências interessadas em participar da seleção, de um plano de comunicação, atendendo a tudo que consta da SAC, que será avaliado com base nos critérios constantes do item 6 deste manual.
- 5.4. Quando da emissão de SAC a CONTRATANTE consignará os critérios e a justificativa que consubstanciaram sua escolha e determinará a cientificação do resultado às agências participantes.
- 5.5. Caso nenhuma das propostas apresentadas pelas agências contratadas para atendimento à SAC seja considerada adequada, a CONTRATANTE fixará novo prazo para que as agências apresentem novas propostas.
- 5.6. Entendendo necessário, a CONTRATANTE convocará as agências para realização de reunião que tenha por finalidade a elucidação de dúvidas e divulgação de dados e informes que servirão para embasar a apresentação ou reapresentação de propostas pelas agências de publicidade contratadas, o que também poderá ocorrer por via eletrônica, desde que comprovadamente.

5.6.1. Tal providência poderá também ocorrer caso ocorra pedido expresso das agências contratadas.

5.7. Em casos excepcionais e para garantir o interesse público, o responsável pela aprovação das Ações de Comunicação poderá sugerir que, ocorrendo a hipótese de existirem duas ou mais agências proponentes que tenham ofertado soluções criativas as quais, integradas, venham a compor, de forma mais completa, um resultado mais satisfatório, do ponto de vista técnico, possam ambas as propostas serem executadas (total ou parcialmente) para atendimento à SAC de forma partilhada. Tal possibilidade visará o perfeito atendimento à necessidade da Administração Pública, de forma que sua execução se dará de acordo com a divisão de atribuições a ser definida pela CONTRATANTE, na proporção da utilização parcial ou total de cada uma das propostas, e desde que as agências interessadas concordem com tal encaminhamento.

5.7.1. No caso do parágrafo anterior, poderá ocorrer a divisão da SAC emitida, com a necessária anuência das agências envolvidas, expressamente, mesmo que pela via eletrônica. Quando então cada parte receberá o mesmo número sequencial seguido da letra A, B ou C.

5.8. O responsável pela aprovação das propostas de Ação de Comunicação apresentadas para atendimento a todas às SAC's, poderá solicitar esclarecimentos técnicos adicionais ou quaisquer outras informações às agências, diligenciando como entender necessário para possibilitar a realização do julgamento da seleção.

5.9. Deverão ser anexados aos autos ou arquivados de forma eletrônica (digitalizada) todos os documentos utilizados no procedimento de seleção.

6. Dos critérios para seleção das propostas de ação de comunicação

6.1. Os critérios que nortearão a seleção da proposta mais adequada serão os que seguem abaixo apontados, podendo ser utilizados cada um deles de forma isolada ou cumulativamente de acordo com a adequação e o tipo de ação de comunicação solicitada, a saber:

- a) estrutura e coerência entre a necessidade expressada e a solução apresentada;
- b) adequação e consistência estratégica frente às necessidades expressadas;
- c) compreensão das necessidades do contratante e dos objetivos buscados pela ação de comunicação;
- d) inovação e originalidade das soluções criativas propostas;

- e) pertinência e adequação das soluções criativas apresentadas tendo em vista o público-alvo;
- f) adequação da linguagem e/ou layout das peças propostas com a finalidade institucional do contratante; e/ou
- g) clareza e objetividade.

7. Do encerramento dos procedimentos administrativos de seleção

7.1. Uma vez selecionada a agência de publicidade contratada, após a ciência de todas as agências de publicidade contratadas, o procedimento administrativo respectivo deverá ser encerrado e arquivado.

8. Da execução e comprovação das ações de comunicação autorizadas

8.1. Na execução da Ação de Comunicação, inclusive no tocante à contratação de serviços complementares de terceiros, deverão ser observadas as regras constantes do edital convocatório do certame e do contrato celebrado entre as partes além das disposições contidas na legislação mencionada no preâmbulo deste manual.

8.2. A agência de publicidade responsável pela execução da Ação de Comunicação autorizada deverá seguir, quanto à comprovação, todas as regras existentes no contrato firmado entre as partes, apresentando para fins de faturamento todos os documentos, comprovantes, orçamentos, dados, informes e tabelas necessárias, que comporão o devido procedimento administrativo para pagamento.

8.3. Além do supra indicado, os custos e despesas de veiculação apresentados ao contratante para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível.

**Departamento Estadual de Trânsito – DETRAN-SP
Assessoria Especial de Comunicação Institucional**

ANEXO IX

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

1. INFORMAÇÕES BÁSICAS.

Número do Processo do SEI: 140.00245564/2024-60

Categoria do ETP:

A categoria é um indicador do tipo de contratação que está sendo planejada.

Bens

Serviços

Contratações de TIC

Obras e serviços de engenharia

Locação de imóveis

Alienação, concessão ou permissão

2. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO, CONSIDERANDO O PROBLEMA A SER RESOLVIDO SOB A PERSPECTIVA DO INTERESSE PÚBLICO

Trata-se de contratação de serviços de publicidade a serem prestados por intermédio de agências de propaganda, conceituados no art. 2º da Lei nº 12.232/2010 como:

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

De acordo com o §1º do art. 2º da referida lei, nas contratações de serviços de publicidade, poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º desta Lei;

- II - à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- III - à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

As pesquisas e avaliações, descritas no inciso I, possuem a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato, sendo vedada a inclusão de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato.

Os serviços aderentes às novas tecnologias, descritos no inciso III, abrangem os formatos de divulgação publicitária não tradicionais, concebidos tanto por plataformas on-line como off-line, que visam potencializar os efeitos das mensagens e somente poderão ser executados, no âmbito da contratação, quando estiverem diretamente relacionados à natureza do objeto do contrato.

De acordo com o artigo 4º da Lei Complementar nº. 1.195, de 17 de janeiro de 2013, temos que o DETRAN-SP é o órgão executivo de trânsito do Estado de São Paulo, integrante do Sistema Nacional de Trânsito, que tem por finalidade executar, controlar e fiscalizar as atividades de trânsito.

Assim, como órgão integrante da Administração pública, necessárias são as ações de publicidade as quais contribuem, consideravelmente, para a realização do seu fim institucional, visto que é da competência deste órgão, além da promoção da educação no trânsito, planejar, coordenar, executar e controlar ações relacionadas à habilitação de condutores, documentação e diversos outros serviços para veículos.

A comunicação do Poder Executivo baseia-se no princípio constitucional da publicidade, disposto no §1º do artigo 37 da Constituição Federal, que garante o direito da população à informação e o dever do administrador de divulgar os atos praticados pela Administração, a fim de que os cidadãos possam tomar conhecimento e as providências necessárias ao controle da legalidade, da moralidade e da eficiência das atividades do Estado.

A publicidade dos atos, dos programas, das obras e dos serviços públicos deve ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, e deve estar vinculada a objetivos sociais e de interesse público, cumprindo a importante função institucional de fortalecimento da cidadania e promoção da transparência e do controle social.

Ressalta-se que, dentre as ferramentas de comunicação social, a publicidade é a que absorve o maior volume dos investimentos públicos, na medida em que envolve a aquisição de tempos e espaços de mídia nos diversos veículos de comunicação e divulgação, para transmissão das mensagens de governo a todos os cidadãos, de todos os segmentos da sociedade e de todo o Estado de São Paulo e seus municípios.



E para desempenhar esse papel de forma adequada e eficaz, observada a legislação em vigor, em especial a Lei nº 12.232/2010, o DETRAN necessita aliar as competências de suas equipes internas à expertise de agências de propaganda contratadas, por meio de contratos de prestação de serviços, as quais dispõem dos conhecimentos técnicos, profissionais qualificados e instrumentos capazes de oferecer as melhores soluções publicitárias às necessidades de comunicação do Detran, com vistas a contribuir para o atingimento dos objetivos do órgão e a rentabilização dos investimentos e recursos públicos envolvidos no desenvolvimento das ações publicitárias.

A presente licitação visa aprimorar os dispositivos contratuais constantes das contratações anteriores, de forma a promover maior adequabilidade e segurança operacional à execução dos serviços, mitigando eventuais inconsistências com os dispositivos legais e normativos vinculados à matéria.

3. **ÁREA REQUISITANTE**

Área: ASSESSORIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

Responsável: Ricardo Mayer Macario

A área requisitante, na estrutura do Detran, pela propositura da licitação para contratação dos serviços de publicidade e elaboração do presente ETP é a Assessoria de Comunicação Institucional.

4. **DESCRIÇÃO DOS REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO**

Os serviços de publicidade são prestados de forma continuada, pois, diante da essencialidade deste, visa atender à necessidade pública de forma permanente e contínua, por mais de um exercício financeiro, assegurando a integridade do patrimônio público ou o funcionamento das atividades finalísticas do Detran, de modo que sua interrupção poderá comprometer a prestação de um ou mais serviços públicos colocados à disposição da população ou até mesmo o cumprimento da missão institucional do Detran.

Além do que, os serviços de publicidade possuem feição marcadamente intelectual, em razão da qualificação, da experiência e do renome dos profissionais atuantes, além de outros atributos de natureza personalíssima. Todos os que militam na área sabem que as atividades desenvolvidas pelas Agências de Publicidade não se resumem às tarefas de mero gerenciamento ou intermediação, mas se destacam sobretudo pela engenhosidade e criatividade humana para o sucesso dos serviços contratados, mister se faz ainda a existência de elevado grau de identificação entre a filosofia de trabalho da Agência de Propaganda e a cultura do cliente. Daí porque



afigura-se mais do que razoável a priorização do elemento técnico, em lugar do preço, para efeito de seleção da proposta mais vantajosa.

A interrupção da prestação dos serviços de publicidade também pode gerar danos ao Detran que, de acordo com suas atribuições instituídas no regulamento aprovado pelo Decreto nº

59.055 de 09 de abril de 2013, em seu artigo 4º, “é o órgão executivo de trânsito do Estado de São Paulo, integrante do Sistema Nacional de Trânsito, previsto no inciso III do artigo 7º da Lei federal nº 9.503, de 23 de setembro de 1997 - Código de Trânsito Brasileiro - CTB, e tem por finalidade executar, controlar e fiscalizar, em todo o território do Estado, as atividades de trânsito, nos termos da legislação em vigor.”

Assim, a interrupção dos serviços de publicidade, prestados por intermédio de agências de propaganda dificultaria sobremaneira o Detran de exercer sua missão institucional.

Considerando, ainda, a relevância das ações de publicidade no posicionamento institucional do Detran junto à sociedade, frente aos desafios e aos problemas que se apresentam no dia a dia, entende-se pertinente manter a previsão no edital da possibilidade de prorrogação do contrato, por iguais e sucessivos períodos, limitada a 120 (cento e vinte) meses, nos termos do artigo 107 da Lei nº 14.133/2021.

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

4.1 Modalidade e tipo de licitação

Será adotada na presente contratação a modalidade concorrência.

Quanto ao tipo de licitação, o art. 5º da Lei nº 12.232/2010 determina que para contratação dos serviços de publicidade devem ser respeitadas as modalidades definidas no art. 22 da Lei nº 8.666/1993, as mesmas também definidas com acréscimos no art. 28 da nova lei de licitações – Lei nº 14.133/2021, adotando-se como obrigatórios os tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”.

Esses dois tipos de licitação são utilizados exclusivamente para serviços de natureza preponderantemente intelectual, como ocorre no presente caso.

Dentre as opções previstas em lei, entende-se pertinente adotar a “melhor técnica”, considerando que esta corresponde aos anseios do Detran, ao possibilitar a contratação de empresa com a melhor qualificação técnica, dentre as licitantes concorrentes, e a prática do menor preço na execução contratual, identificado e negociado com as empresas tecnicamente classificadas.



Vale destacar que a adoção da “melhor técnica” também observa os critérios de escolha do tipo de licitação em decorrência do enquadramento com os critérios para adoção desse tipo de licitação, ou seja:

- Envolve um valor contratual estimado de R\$ 70 milhões;
- Está vinculada a uma atuação publicitária abrangente, dados os tipos de ações a serem desenvolvidas pelo Detran (de mídia e não mídia), os diversos meios de comunicação a serem utilizados, os públicos-alvo a serem atingidos, bem como a sazonalidade das ações de comunicação do Detran.

Além disso, com base nas características acima descritas, o nível de qualificação técnica das agências de propaganda a serem contratadas configura um requisito essencial para obtenção da adequada execução contratual, bem como para o atingimento dos objetivos de comunicação do Detran e rentabilização dos investimentos públicos.

4.2 Das empresas a serem contratadas

Nos termos dos artigos 1º e 4º da Lei nº 12.232/2010, os serviços de publicidade deverão ser prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento e, de acordo com o §1º do art. 4º, o certificado de qualificação técnica de funcionamento poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, 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 presente contratação também observará as determinações e os ritos dispostos na Lei nº 12.232/2010 para a contratação de mais de uma agência de propaganda, observada a permissão do §3º do artigo 2º, que autoriza a adjudicação do objeto do contrato a mais de uma concorrente, sem a segregação de itens ou de contas publicitárias. A definição pela contratação de mais de uma agência de propaganda considera o volume e a diversidade de ações publicitárias a serem demandadas às contratadas pelo Detran, com os recursos destinados para esse fim.

Assim, entende-se que a contratação de 3 (três) agências de propaganda corresponde de forma satisfatória e adequada ao volume de demandas a serem desenvolvidas.

Por outro lado, a contratação de 3 (três) agências, da forma ora proposta, permite a continuidade da experiência positiva vivenciada nas contratações vigentes e anteriores, na medida em que possibilita a competitividade e a pluralidade de propostas criativas a serem analisadas pelo Detran, nos procedimentos de seleção interna entre as contratadas realizados no decorrer da execução contratual, conforme previsão constante do §4º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010.



Entende-se, ainda, que a contratação de 3 (três) agências de propaganda também promove o incremento da tempestividade da atuação publicitária governamental, ao tempo em que permite a execução simultânea e compartilhada de campanhas, maior flexibilidade na gestão de demandas e a necessária segurança para o Detran, no tocante à perenidade da prestação dos serviços.

4.3 Da habilitação das licitantes

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

4.4 Da especificação dos produtos e serviços a serem prestados

A presente contratação não envolve a especificação prévia dos produtos e serviços a serem prestados no decorrer da execução contratual, tendo em vista que, de acordo com o art. 6º da Lei nº 12.232/2010, o instrumento convocatório das licitações para contratação de serviços de publicidade deve observar as exigências do art. 40 da Lei nº 8.666/1993, não sendo, porém, exigido o projeto básico e/ou executivo, com todas as suas partes, desenhos, especificações e outros complementos, conforme disposto no inciso I do §2º.

Assim, em substituição ao projeto básico com as especificações técnicas dos produtos e serviços que serão executados, o edital de licitação para contratação de serviços de publicidade deverá disponibilizar um *Briefing* para subsidiar o desenvolvimento da Proposta Técnica pelas licitantes, conforme disposto no inciso II do art. 6º da lei nº 12.232/2010, e, conseqüentemente, possibilitar a avaliação da capacidade técnica das licitantes.

Considerando o caráter sigiloso do *Briefing* constante do Anexo I do Edital de licitação, parte do referido documento não pode ser disponibilizado para análise das demais áreas técnicas do Detran, intervenientes neste processo de contratação, na medida em que eventual vazamento de informações pode gerar a impugnação do certame, por caracterizar possível favorecimento de determinadas licitantes, ferindo o princípio constitucional da igualdade de participação.

Dessa forma, o *Briefing* constante do Anexo I só deve ser juntado ao edital de licitação, em sua versão completa, na véspera de sua publicação.

4.5 Da proposta Técnica

No âmbito de uma licitação do tipo “melhor técnica”, como é o caso da presente contratação de serviços de publicidade, as propostas técnicas a serem apresentadas pelas licitantes constituem o elemento primordial do procedimento de seleção, na medida em que é por meio delas que as agências de propaganda comprovarão a sua qualificação e expertise para o atendimento das necessidades de comunicação do contratante.

Dessa forma, no edital e seus anexos será objetivado os critérios de avaliação das propostas técnicas, onde constará quesitos específicos para aferir concretamente a presença de elementos que justifiquem a preferência da administração pela futura contratada.

As disposições contidas no artigo 6º da Lei nº 12.232/2010, afasta tais exigências de quantificação do objeto contratual em itens, vez que para a presente contratação, o Projeto Básico é substituído pelo “*breafing*” que conterà as informações suficientes para que os interessados elaborem suas propostas técnicas, além dos demais critérios que constarão do edital e seus outros anexos.

O principal requisitos para a contratação é ser pessoa jurídica constituída como agência de propaganda, nos termos da Lei Federal nº 4.680/1965 e Lei Federal nº 12.232/2010, que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo de Normas Padrão – CENP, 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 agência de propaganda, nos termos do artigo 4º e seu §1º, da Lei nº 12.232/2010.

Além do que, serão considerados os critérios de escolha abaixo para classificação das melhores propostas técnicas:

QUESITOS / PONTUAÇÃO	SUBQUESITOS / PONTUAÇÃO
1. Plano de Comunicação Publicitária (65 pontos)	1.1. Rádioínio Básico (10 pontos)
	1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária (20 pontos)
	1.3. Ideia Criativa (20 pontos)
	1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia (15 pontos)
2. Capaddade de Atendimento (15 pontos)	2.1. Clientes (3 pontos)
	2.2. Profissionais (6 pontos)
	2.3. Infraestrutura (2 pontos)
	2.4. Sistemática de Atendimento (1 ponto)
	2.5. Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência, auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas (3 pontos)
3. Repertório (10 pontos)	
4. Relato de Soluções de Problemas de Comunicação (10 pontos)	
TOTAL: 100 PONTOS	



De acordo com o inciso IX do artigo 6º da Lei nº 12.232/2010, o formato para apresentação pelas licitantes do Plano de Comunicação Publicitária deve ser padronizado quanto a seu tamanho, fontes tipográficas, espaçamento de parágrafos, quantidades e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes, visando assegurar a inviolabilidade da autoria do quesito mais importante da Proposta Técnica.

Ao estabelecer o julgamento de Planos de Comunicação Publicitária apócrifos, o inciso IV do art. 6º da Lei 12.232/2010, agregou maior lisura aos processos de contratação de serviços de publicidade, pelos órgãos e entidades do Poder Público, na medida em que a reputação que a licitante dispõe no mercado não irá influenciar a Subcomissão Técnica, de forma positiva ou negativa, no julgamento de sua proposta de Plano de Comunicação Publicitária.

E para promover maior objetividade ao julgamento das Propostas Técnicas e fornecer condições para um controle mais efetivo dos atos da Subcomissão Técnica, pelos órgãos de controle, e pelas empresas concorrentes do certame, a metodologia de julgamento também determina a elaboração de justificativas escritas das razões que fundamentaram as pontuações, se adequando com as regras dos incisos IV e VI do §4º do art. 11 da Lei nº 12.232/2010.

Conforme demonstra a tabela acima disposta, a presente contratação estabelecerá a pontuação máxima do quesito Plano de Comunicação Publicitária, cabendo pontuações mais elevadas para os subquesitos Estratégia de Comunicação, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, por abarcarem as informações mais relevantes do referido Plano.

Para os outros quesitos que compõem a Proposta Técnica, destaca-se a pontuação da Capacidade de Atendimento, que junto com os subquesitos do Plano de Comunicação Publicitária, constituem os quatro pilares mais importantes do julgamento das Propostas Técnicas em licitações da espécie.

4.6 Da Proposta de Preços

Para a Proposta de Preços deverão ser observadas as práticas de mercado, conforme estabelece o inciso V do art. 6º da Lei nº 12.232/2010, bem como as condições diferenciadas de remuneração para a Administração Pública, estabelecidas pelos Decretos nº 57.680/1966 e nº 4.563/2002 e pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão da Atividade Publicitária (CENP).

De acordo com esses dispositivos e com base na alínea 'b' do subitem 3.11.2, observado o disposto nos subitens 3.11 e 3.12, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária – CENP, abaixo descritos, nas contratações com o Setor Público e a depender do perfil do anunciante, com base no volume do investimento em mídia previsto para a execução contratual, o edital poderá estabelecer que a contratada não fará jus ao ressarcimento dos custos internos dos serviços por ela executados.



“3.11 Nas contratações com o setor público, os anunciantes de cada Poder e Esfera Administrativa serão considerados como departamentos de um só anunciante, para efeito de aplicação dos dispositivos econômicos destas Normas-Padrão, ainda que os contratos sejam celebrados separadamente com cada órgão, autarquia, empresa, fundação, sociedade de economia mista ou outro tipo de entidade governamental.

3.11.1 Consideram-se esferas Administrativas distintas o Município, o Estado e a União. 3.11.2 O disposto neste item aplica-se à:

- a) reversão da parcela do “desconto de agência”, de que tratam os itens 2.7, 3.5 e 6.4;*
- b) negociação do custo dos serviços internos, de que trata o item 3.6, que poderão ser integralmente eliminados/excluídos/suprimidos;*
- c) negociação dos honorários incidentes sobre os serviços de que trata o item 3.6.1, ressalvado que os referidos honorários poderão ser integralmente eliminados/excluídos/suprimidos quando se tratar de ações de comunicação que geram veiculação;*
- d) negociação dos honorários de que trata o item 3.6.2.*

3.12 A possibilidade de eliminação/exclusão/supressão de custo e honorários de que tratam as letras “b” e “c” do subitem 3.11.2 é vedada nos casos em que, comprovadamente, seja comprometida a execução do contrato de prestação de serviços, ferindo o que dispõe o parágrafo 3º do art. 44 da Lei nº 8.666/93.”

Assim, diante do vulto estimado das compras de tempos e espaços publicitários a serem efetuadas pelo Governo do Estado de São Paulo, incluindo o Detran, as contratadas não farão jus ao ressarcimento de custos internos.

Com base na análise relacionada aos Quesitos da Proposta de Preços, apresentada no item 2 do presente estudo, diferentemente das contratações vigentes e anteriores, as licitantes deverão considerar os quesitos abaixo descritos, observados os percentuais máximos de honorários e mínimo de repasse estabelecidos no edital, para elaboração de suas Propostas de Preços:

1	Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;	Honorários de
2	Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione ao licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei federal nº 4.680/1965;	Honorários de



3	Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;	Honorários de
4	Percentual máximo a ser pago pelo CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos e, também, decorrente da cessão de uso de obras consagradas, quando ocorrer a reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado.	No máximo ...%
5	Percentual de repasse do desconto padrão para o contratante, conforme letra do item 6.4. das Normas Padrão do CENP e seu Anexo B	Repasse de

O desconto de agência, disposto no item 5 do quadro acima, é concedido às contratadas pelos veículos de comunicação e divulgação pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta do contratante, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010, sendo que o percentual do desconto a ser repassado ao contratante deve incidir sobre o valor da tabela de preços do veículo de comunicação e divulgação, já deduzidos os descontos comerciais resultantes de cada negociação, como base nos termos do Anexo B das Normas-Padrão do CENP, ou do seu Adendo.

Para subsidiar a elaboração das respectivas Propostas de Preços, as licitantes deverão considerar o Quadro Resumo dos Investimentos Publicitários constante do Briefing (Anexo I do edital), o qual possibilitará o conhecimento do perfil de investimento do Detran em produção de peças publicitárias e em mídia, por meio de comunicação.

Como metodologia para determinação da Proposta de Menor Preço no âmbito dos procedimentos licitatórios, será aplicada a dinâmica prevista na Lei 12.232/2010, no sentido de ser aplicada negociação das condições propostas, com as proponentes melhor classificadas, podendo ser negociadas as formas e os percentuais de remuneração, no interesse da Administração Pública.

4.7 Dos percentuais a serem aceitos no âmbito do certame

Os percentuais máximos de honorários a serem aceitos no âmbito do certame, bem como o percentual mínimo de repasse do desconto-padrão pelas agências para o Detran, foram definidos a partir da **Pesquisa de Preços** constante deste processo.

Assim, considerando as análises efetuadas no âmbito do item 2, subitem Quesitos da Proposta de Preços, do presente Estudo, bem como na Pesquisa de Preços que foi realizada, as regras para elaboração das Propostas de Preços pelas agências de



propaganda, a serem estabelecidas na presente contratação, diferentemente dos contratos vigentes e anteriores, serão as seguintes:

No julgamento das Propostas de Preços, não serão aceitos no âmbito do certame da presente contratação:

I. Percentual de honorários superior a **9% (nove por cento)**, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de **pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento** pertinentes à execução do contrato;

II. Percentual de honorários superior a **12% (doze por cento)**, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à **produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione ao licitante o desconto de agência** concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei federal nº 4.680/1965;

III. Percentual de honorários superior a **11% (onze por cento)**, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à **criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária** destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias; e

IV. Percentual superior a **41% (quarenta e um por cento)** em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos e, também, decorrente da cessão de uso de obras consagradas, quando ocorrer a **reutilização de peças** por período igual ao inicialmente ajustado.

V. Percentual de repasse inferior a **5% (cinco por cento)** do desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação em favor da contratante (item 6.4 das Normas Padrão do CENP e seu anexo B).

4.8 Comissões de julgamento

De acordo com a Lei nº 12.232/2010 os trabalhos das diversas fases do certame estarão a cargo de:

- Comissão de Contratação, a ser constituída e nomeada de acordo com a Lei nº 14.133/2021 e Decreto nº 68.220/2023, que regulamenta o §3º do art. 8º da mencionada Lei n. 14.133/2021, para administrar todo o processo licitatório; e

- Subcomissão Técnica, a ser constituída e designada exclusivamente para o julgamento das Propostas Técnicas (invólucro 1 e 3), de acordo com o previsto no §§ 1º e 2º do art. 10 da Lei nº 12.232/2010, a ser composta por pessoas formadas em comunicação, publicidade ou marketing, ou que atuem em uma dessas áreas.



Conforme disposto na Lei nº 12.232/2010 a presente licitação deverá adotar para a composição da Subcomissão Técnica a quantidade mínima de 3 (três) membros, sendo um deles sem vínculo funcional com o Detran, com base nas experiências positivas vivenciadas em licitações anteriores.

Serão adotadas providências para o cadastramento de, ao menos, 9 (nove) nomes a serem submetidos a sorteio dos membros da Subcomissão Técnica, nos termos da Lei nº 12.232/2010, sendo a ordem de suplência sorteada entre os demais nomes remanescentes, para convocação nos eventuais casos de impedimento de algum dos titulares.

A condução do sorteio dos membros da subcomissão técnica e dos demais procedimentos licitatórios será da competência da Comissão de Contratação, nos termos da Lei nº 14.133/2021.

4.9 Duração do contrato

A duração inicial da presente contratação terá o período de 12 (doze) meses, o qual poderá ser prorrogado, mediante acordo entre as partes, por iguais e sucessivos períodos, com vistas à obtenção de preços e condições mais vantajosas para a Administração, limitada a 120 (cento e vinte meses), com base na Avaliação de Desempenho das Contratadas, realizada periodicamente pelo Detran.

4.10 Condições Contratuais

As cláusulas dispostas na minuta do contrato observarão as determinações da Lei nº 12.232/2010 e buscarão contemplar o maior detalhamento possível das condições a serem estabelecidas no relacionamento com as agências, dadas as características da atividade publicitária e as exigências legais as quais se submetem.

Com base na análise relacionada à Estrutura de Atendimento das Contratadas, apresentada no item 2 do presente estudo, e visando aperfeiçoar os dispositivos contratuais, em face das necessidades do Detran frente às novas tendências do mercado publicitário.

No entanto, com vistas garantir excelência na prestação dos serviços, além de um preposto, devem ser estabelecidos os perfis de profissionais e seus quantitativos para composição de uma equipe mínima no quadro da contratada, para atendimento imediato e permanente do Detran, nos moldes abaixo descritos:

- 1 (um) profissional de atendimento, nível sênior, com experiência comprovada de mais de 5 (cinco) anos na área;
- 2 (dois) profissionais de criação, nível sênior, com experiência comprovada de mais de 5 (cinco) anos na área;
- 1 (um) profissional de produção (impressa, eletrônica, digital e de design/computação gráfica), nível sênior, com experiência comprovada de mais de



5 (cinco) anos na área;

- 2 (dois) profissionais de mídia, nível sênior, com experiência comprovada de mais de 5 (cinco) anos na área

Dessa forma, os serviços a serem prestados devem ser claramente estabelecidos no termo contratual, sendo as condições de sua operacionalização definidas pelas próprias agências contratadas, a seu critério ou em comum acordo, conforme a especificidade de cada serviço.

Para aprimoramento das dinâmicas contratuais relacionadas à liquidação dos pagamentos será estabelecido um prazo de 120 (cento e vinte) dias corridos para que as contratadas apresentem os documentos fiscais e de comprovação dos serviços. Também será estabelecido um prazo de 5 (cinco) dias úteis, para comprovação dos pagamentos realizados a fornecedores especializados e veículos de comunicação e divulgação.

Com vistas a proporcionar maior controle por parte do Detran e segurança no uso dos investimentos públicos, ainda devem ser aperfeiçoados os dispositivos relacionados à comprovação das veiculações, no âmbito da execução contratual, estabelecendo a obrigação das agências firmarem contratos com empresas independentes de checagem que contemplem, necessariamente, o acesso do Detran aos relatórios de checagem produzidos, bem como às ferramentas de monitoramento, audiência, consumo, comportamento, investimento e aos demais dados brutos, nos termos a serem definidos no decorrer da execução contratual.

Por fim, considerando que a capacidade técnica das licitantes é um dos quesitos julgados no âmbito do certame, não há, portanto, necessidade de transferência de conhecimento técnico entre as agências de propaganda ao término do contrato, já que ele é condição primordial para sua contratação.

5. LEVANTAMENTO DE MERCADO

Os serviços de publicidade são regulados pela Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965 e o objeto do contrato para prestação de serviços de publicidade está disciplinado pela Lei nº 12.232/2010.

Desta feita, havendo necessidade desses serviços, são as referidas leis que determinam o tipo de solução que será adotada para se obter os referidos serviços pretendidos.

Diante das regulamentações acima, não existe no mercado outras soluções possíveis além da contratação dos serviços de publicidade.

A solução a ser contratada atende plenamente às necessidades do Detran, sendo a Publicidade uma das ferramentas de comunicação social. Vale informar que a



contratação de serviços de publicidade, prestados por intermédio de agências de propaganda, nos termos da Lei nº 12.232/2010, tem sido iniciativa comum por parte dos órgãos e entidades anunciantes do poder Público em todo o território nacional, tanto da Administração Pública Indireta como Direta.

Além do que, trata-se de contratação que sucederá uma anterior que já se mostrou como sendo a melhor solução para a necessidade de se fazer publicidade institucional e/ou de utilidade pública.

Desta feita, é de se concluir que a solução a ser contratada atende plenamente às necessidades do DETRAN, sendo a Publicidade uma das ferramentas de comunicação social necessárias à concretização da finalidade institucional do órgão.

Vale informar que a contratação de serviços de publicidade, prestados por intermédio de agências de propaganda, nos termos da Lei nº 12.232/2010, tem sido iniciativa comum por parte dos órgãos e entidades anunciantes do Poder Executivo, tanto da Administração Pública Indireta, Direta e autárquica.

6. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

Os serviços de publicidade que se entende contratar serão prestados da forma regulada pela Lei nº 4.680/1965, Decreto Federal nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966 e pelas Normas Padrão do CENP e caberá às contratadas:

I - Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade;

II - Centralizar o comando da publicidade do Detran no Município de São Paulo, onde deverá ser mantida unidade administrativa para esse fim, sem prejuízo da utilização de outras dependências para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas;

III - comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, no Município de São Paulo, estrutura de atendimento compatível com o volume e as características dos serviços a serem prestados ao Detran;

IV - executar com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de serviços especializados e veículos, todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo DETRAN;

V - utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da licitação que deu origem a este ajuste, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior,



mediante comunicação formal ao Detran;

VI - envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir ao Detran as vantagens obtidas, observando-se o seguinte:

a) pertencem ao Detran as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação;

b) o disposto na alínea “a” deste item VI não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18, da Lei federal nº 12.232/2010;

c) o desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido ao Detran, caso este venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado;

d) nenhuma das CONTRATADAS poderá privilegiar os planos de incentivo (Lei federal nº 12.232/2010, art. 18) em detrimento dos interesses do Detran, seja preterindo veículos de divulgação que não os concedam, seja priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados;

e) o descumprimento ao disposto na alínea “d” deste item VI constituirá grave violação aos deveres contratuais, submetendo a CONTRATADA infratora a processo administrativo que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato;

f) deverão ser sempre negociadas as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes do contrato, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelo direito de autor e conexos, bem como em relação aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilização de peças publicitárias;

VII – no fornecimento de bens ou serviços especializados ao Detran, caberá a cada CONTRATADA observar as seguintes condições:

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

b) apresentar somente cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados no Cadastro Unificado de Fornecedores do Estado de São Paulo - CAUFESP, aptos a fornecer bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato, nos termos do artigo 14 da Lei federal nº 12.232/2010;

c) apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados no CAUFESP que atuem no mercado do ramo do



fornecimento pretendido;

d) exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

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

f) juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito e em atividade no CNPJ ou no CPF e nos cadastros de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

VIII - Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do DETRAN;

IX - O Detran procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado, podendo para isso recorrer às informações disponíveis no CAUFESP;

X - Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão do gestor deste contrato.

XI - Se e quando julgar conveniente, o Detran poderá:

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

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

XII - Cada CONTRATADA informará, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas na Cláusula Décima para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos;

XIII - As disposições dos itens VII a XII desta cláusula não se aplicam à compra de mídia; - a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste contrato, deverá ser submetida à prévia e expressa anuência do Detran;

XIV - é vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento



de bens ou serviços especializados de empresas que:

- a) um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;
- b) dirigente ou empregado da CONTRATADA executora da ordem de serviço tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

XV – as despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, a veiculação ou quaisquer outras despesas relacionadas com este Contrato dependem de prévia aprovação e autorização, por escrito, do Detran;

XVI – a reserva e compra de espaço ou tempo publicitário de veículos dependerá de expressa autorização por parte do Detran;

XVII – deverá ser apresentado ao Detran, para aprovação, o Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no parágrafo sexto da cláusula décima primeira, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei federal nº 12.232/2010;

XVIII – deverá ser apresentado ao Detran, como alternativa ao item XVIII desta Cláusula, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no parágrafo sexto da cláusula décima primeira, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei federal nº 12.232/2010, observando-se:

- a) o estudo de que trata o *caput* desta cláusula deve levar em conta os meios, praças e veículos habitualmente programados nos esforços de comunicação do Detran, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA;
- b) o resultado da negociação global entre as partes prevista na alínea “a” deste item vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até três (3) meses da data de assinatura deste contrato;
- c) ao final do período de 3 (três) meses, a CONTRATADA apresentará novo estudo, que vigorará durante os próximos três (3) meses seguintes e assim sucessivamente;
- d) se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no *caput* deste item, o Detran solicitará novo estudo e, em decorrência, poderá efetuar nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.



XIX – cada CONTRATADA deverá encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo do Detran, sem ônus para este:

- a) TV e Cinema: extensão .MP4 e seus respectivos arquivos de origem editáveis e em alta resolução, incluindo links e fontes utilizadas.
- b) Internet: extensão HTML e seus respectivos arquivos vinculados necessários para a correta visualização do site offline;
- c) Rádio: extensão .MP3 e seus respectivos arquivos de origem editáveis e em alta resolução, incluindo links e fontes utilizadas;
- d) Mídia impressa e material publicitário: extensão .PDF fechado para produção gráfica e seus respectivos arquivos de origem editáveis e em alta resolução, incluindo links e fontes utilizadas.
- e) quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, mantida a exigência de apresentação de cópia em *Betacam* com a peça de TV;

XX – competirá, também, a cada CONTRATADA:

- a) manter, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos, independentemente do disposto no item XX;

b) orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pelo Detran.

XXI - o material a ser utilizado na distribuição, referido na alínea “b” do item XXI desta cláusula, só será definido após sua aprovação pelo Detran e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no item XX;

XXII – cada CONTRATADA deverá, ainda:

- a) para a liquidação e pagamento dos valores contratuais, respeitar o prazo máximo de 120 (cento e vinte) dias corridos para apresentação dos documentos fiscais e comprobatórios, salvo em decorrência de situações imprevisíveis, caso fortuito ou de força maior que o impeça, devidamente justificadas.
- b) observar o prazo de 5 (cinco) dias úteis para fins de comprovação dos pagamentos realizados a fornecedores especializados e veículos de comunicação e divulgação.
- c) exigir dos eventuais fornecedores contratados, no que couber, as mesmas condições fiscais e jurídicas a que estão obrigadas pelo presente contrato, no que diz respeito à regularidade fiscal, tributária e quanto a sua regular instituição;

XXIII – constituem, igualmente, obrigações de cada CONTRATADA:



- a) tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do Detran, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos, bem como os honorários pelos serviços realizados até a data das referidas ocorrências, desde que estas não tenham sido causadas pela própria CONTRATADA ou por fornecedores e veículos por ela contratados;
- b) não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome do Detran, sem sua prévia e expressa autorização;
- c) prestar esclarecimentos ao Detran sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam o seu nome, independentemente de solicitação;
- d) não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira;
- e) manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na licitação que lhe deu origem, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei federal nº 12.232/2010;
- f) cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa;
- g) observar e respeitar a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados;
- h) responsabilizar-se por todos os tributos que forem devidos em decorrência da execução do objeto deste Contrato, pelas contribuições devidas à Seguridade Social, por encargos trabalhistas, por prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, pelos encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado;
- i) responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados;
- j) apresentar, quando solicitada pelo Detran, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais;
- k) executar todos os contratos firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e a própria do Detran;



- l) manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do Detran;
- m) responder perante o Detran e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato;
- n) responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para o Detran;
- o) responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e ou contratados;
- p) adotar, no caso de ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, as providências necessárias no sentido de preservação do Detran, mantendo-o a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não logrando êxito, reembolsá-lo das importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do respectivo pagamento;
- q) responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionada com os serviços objeto deste contrato;
- r) manter em carteira os títulos originados pelos serviços executados, sendo vedada as suas negociações junto a estabelecimento financeiro. Se da infringência deste dispositivo advier protestos do título, a CONTRATADA obriga-se a efetuar às suas expensas o respectivo cancelamento, no prazo de 5 (cinco) dias, contados da data da emissão do correspondente instrumento cartorário.

XXIV – obedecer às normas e rotinas do Detran, em especial as que disserem respeito à proteção de dados pessoais, à segurança, à guarda, à manutenção e à integridade das informações coletadas, custodiadas, produzidas, recebidas, classificadas, utilizadas, acessadas, reproduzidas, transmitidas, distribuídas, processadas, arquivadas, eliminadas ou avaliadas durante a execução do objeto a que se refere a Cláusula Primeira deste Contrato, observando as normas legais e regulamentares aplicáveis.

XXV - Colocar à disposição do Detran equipe mínima de profissionais do quadro da agência que ficarão disponíveis para atendimento imediato e permanente do Detran, com os perfis e quantitativos nos termos abaixo descritos:

- 1 (um) profissional de atendimento, nível sênior, com experiência comprovada



de mais de 5 (cinco) anos na área;

- 2 (dois) profissionais de criação, nível sênior, com experiência comprovada de mais de 5 (cinco) anos na área;

- 1 (um) profissional de produção (impressa, eletrônica, digital e de design/computação gráfica), nível sênior, com experiência comprovada de mais de 5 (cinco) anos na área;

- 2 (dois) profissionais de mídia, nível sênior, com experiência comprovada de mais de 5 (cinco) anos na área

XXVI - - Incluir em seus contratos com empresas independentes de checagem, o acesso direto do Detran aos relatórios de checagem, bem como às ferramentas de monitoramento, audiência, consumo, comportamento, investimento e aos demais dados brutos, nos termos a serem definidos no decorrer da execução contratual.

E, ainda:

As CONTRATADAS não poderão oferecer, dar ou se comprometer a dar a quem quer que seja, tampouco aceitar ou se comprometer a aceitar de quem quer que seja, por conta própria ou por intermédio de outrem, qualquer pagamento, doação, compensação, vantagens financeiras ou benefícios de qualquer espécie relacionados de forma direta ou indireta ao objeto deste contrato, o que deve ser observado, ainda, pelos seus prepostos, colaboradores e eventuais subcontratados, caso permitida a subcontratação.

Em atendimento à Lei Federal nº 12.846/2013 e ao Decreto Estadual nº 60.106/2014, às CONTRATADAS se comprometem a conduzir os seus negócios de forma a coibir fraudes, corrupção e quaisquer outros atos lesivos à Administração Pública, nacional ou estrangeira, abstendo-se de práticas como as seguintes:

I – prometer, oferecer ou dar, direta ou indiretamente, vantagem indevida a agente público, ou a terceira pessoa a ele relacionada;

II – comprovadamente, financiar, custear, patrocinar ou de qualquer modo subvencionar a prática dos atos ilícitos previstos em Lei;

III – comprovadamente, utilizar-se de interposta pessoa física ou jurídica para ocultar ou dissimular seus reais interesses ou a identidade dos beneficiários dos atos praticados;

IV – no tocante a licitações e contratos:

a) frustrar ou fraudar, mediante ajuste, combinação ou qualquer outro expediente, o caráter competitivo de procedimento licitatório público;

b) impedir, perturbar ou fraudar a realização de qualquer ato de procedimento licitatório público;

c) afastar ou procurar afastar licitante, por meio de fraude ou



oferecimento de vantagem de qualquer tipo;

d) fraudar licitação pública ou contrato dela decorrente;

e) criar, de modo fraudulento ou irregular, pessoa jurídica para participar de licitação pública ou celebrar contrato administrativo;

f) obter vantagem ou benefício indevido, de modo fraudulento, de modificações ou prorrogações de contratos celebrados com a administração pública, sem autorização em lei, no ato convocatório da licitação pública ou nos respectivos instrumentos contratuais; ou

g) manipular ou fraudar o equilíbrio econômico-financeiro dos contratos celebrados com a administração pública;

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

Para o processo licitatório foram realizadas adequações:

6.1 NA PROPOSTA DE PREÇOS

- estabelecimento de mais 1 quesito relacionado à parcela de repasse do desconto-padrão de agência para o Detran, sendo o percentual mínimo a ser aceito no certame estabelecido com base na pesquisa de preços.

- extinção da possibilidade de pagamento pelos custos dos serviços internos, de que trata o item 3.6, devidamente autorizado pelos subitens 3.11 e 3.12, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária – CENP

6.2 - EMPRESAS A CONTRATAR

- Contratação de 3 (três) agências de propaganda, com base nas necessidades de comunicação do Detran.

7. ESTIMATIVAS DAS QUANTIDADES A SEREM CONTRATADAS

A presente contratação não envolve a quantificação prévia e estimada dos produtos e serviços a serem executados no decorrer da execução contratual.

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



adequadas para atingimento dos objetivos de comunicação estabelecidos em cada demanda.

Dessa forma, de acordo com o art. 6º da Lei nº 12.232/2010, o instrumento convocatório das licitações para contratação de serviços de publicidade deve observar as exigências quanto a legislação atual, no tocante a elaboração do instrumento convocatório, não sendo, porém, exigido um orçamento estimado em planilhas de quantitativos e preços unitários, pela impossibilidade de que seja estimado previamente um quantitativo de produtos e serviços a serem prestados no decorrer da execução contratual, que dependem diretamente de cada solução publicitária aprovada.

A previsão estimativa (com base em experiências anteriores) das campanhas a serem realizadas no decorrer da vigência contratual também não seria capaz de fornecer subsídios para um levantamento prévio dos quantitativos estimados dos produtos e serviços a serem executados, na medida em que esses dependem das linhas criativas e das estratégias de comunicação a serem propostas pelas contratadas, no âmbito do desenvolvimento de cada campanha, no intuito de apoiar e superar os desafios de comunicação enfrentados diariamente pelo DETRAN, os quais estão sujeitos às imprevisibilidades do cenário político, econômico e social sempre em mutação.

Dessa forma, não cabe a obrigatoriedade prevista no Decreto nº. 68.017/2023, no sentido de que se inclua, no instrumento convocatório, planilha detalhada com as informações sobre as ações de publicidade previstas para as novas contratações, com informações sobre o quantitativo de ações, valores previstos para cada ação, metas de alcance e cobertura e demais informações suficientes para que os licitantes possam formular de forma adequada a proposta de preços a ser submetida a julgamento.

Destaca-se que as contratações de serviços de publicidade envolvem basicamente a expertise das agências na proposição das melhores soluções de comunicação para cada demanda apresentada no decorrer da execução contratual, não tendo o contratante conhecimento prévio de qual solução será desenvolvida e, conseqüentemente, quais serão as especificidades e quantidades dos serviços envolvidos.

8. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

A presente contratação não envolve o levantamento prévio das estimativas de preços dos produtos e serviços a serem praticados no decorrer da execução contratual.

Para o fornecimento de bens e serviços especializados é necessária a apresentação pelas agências contratadas de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas, físicas ou jurídicas, previamente cadastradas, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, nos termos do art. 14 da Lei 12.232/2010. E na



contratação de tempos e espaços junto a veículos de comunicação e divulgação, para distribuição das peças publicitárias de uma campanha, são praticados os valores constantes das respectivas tabelas de preços, conforme disposto no art. 15 da mesma lei.

Assim, nas contratações de serviços de publicidade, para estabelecimento do valor global a ser estimado no âmbito do certame, devem ser consideradas as necessidades de comunicação a serem atendidas no decorrer da execução contratual, em termos de volume, porte e abrangência das demandas potenciais

Dessa forma, com vistas a identificar o valor adequado para a presente contratação, faz-se necessário considerar tanto o histórico dos valores aplicados pelo Detran nas contratações vigentes e anteriores, como identificar um valor capaz de atender, de forma satisfatória, às novas necessidades de comunicação.

Por outro lado, também é necessário considerar as ações supervenientes que devem ser atendidas pelo Detran, de forma imediata e assertiva, em face do seu impacto e relevância para a sociedade.

A estimativa do valor da contratação, objeto deste ETP, pelos motivos apresentados acima, se baseia no valor na série histórica dos gastos experimentados com os serviços de publicidade executados nos últimos exercícios, bem como no valor dos contratos que vigoraram nos períodos anteriores.

A série histórica dos gastos com publicidade pelo Departamento Estadual de Trânsito de São Paulo – Detran é a seguinte:

2020 – R\$ 47.815.802,90

2021 – R\$ 49.399.389,04

2022 – R\$ 39.803.751,03

2023 – R\$ 50.430.243,11

Os valores dos contratos celebrados anteriormente eram de:

Celebrado em 09/12/2013 - R\$ 31 milhões a cada 6 meses = R\$ 62 milhões/ano
Celebrado em 23/01/2020 - R\$ 33 milhões a cada 6 meses = R\$ 66 milhões/ano

Com base nesses dados, desconsiderando o período pandêmico que impossibilitou a execução de campanhas estranhas ao combate da covid, atualizando monetariamente (IPC-SP - Fipe) o valor da última contratação, estimamos que o valor desse novo contrato, que resultará da licitação ora proposta, será no valor de R\$ 70 milhões para cada período de 12 meses.

Para corroborar a presente estimativa, seguem valores de valor referencial das licitações para contratação de serviços idêntico ao deste estudo, qual seja o de



Serviços de Publicidade, de órgãos do mesmo porte que o DETRAN no Estado de São Paulo:

- COMPANHIA DO METROPOLITANO DE SÃO PAULO – METRÔ (2023)
Valor referencial para 12 (doze) meses: R\$ 40.000.000,00 (quarenta milhões de reais)
- SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO DO ESTADO DE SÃO PAULO – SECOM (2021)
Valor referencial para 06 (seis) meses: R\$ 100.000.000,00 (cem milhões de reais), perfazendo o valor de R\$ 200.000.000,00 (duzentos milhões) para o período de 12 meses.
- COMPANHIA DE SANEAMENTO BÁSICO DE SÃO PAULO – SABESP (2020)
Valor referencial para 12 (doze) meses: R\$ 94.000.000,00 (noventa e quatro milhões de reais)

A média do valor de referidas contratações para o período de 12 meses é de R\$ 111,3 (cento e onze milhões e trezentos mil reais).

9. JUSTIFICATIVA PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA SOLUÇÃO

Conforme previsto no §3º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, na contratação de serviços de publicidade o objeto da licitação pode ser adjudicado a mais de uma agência de propaganda, sem a segregação em itens ou contas publicitárias.

Desta feita, a justificativa para o não parcelamento do objeto do futuro contrato decorre de referida imposição legal, conforme explicitado acima.

A prática de não fragmentar a execução do contrato de publicidade entre as agências a serem contratadas, por temática ou mesmo pela origem da demanda, considera os benefícios decorrentes para a Administração, na medida em que a não segregação estimula a competitividade entre as agências de propaganda no decorrer da execução contratual.

Ou seja, o fato de ter sido vencedora em um processo licitatório bastante rigoroso, não garante à contratada a execução dos serviços e, conseqüentemente, a sua remuneração, fazendo com que a agência de propaganda ainda tenha que enfrentar uma disputa entre as demais contratadas, no âmbito dos processos de seleção interna entre as contratadas, em observância ao §4º do art. 2º da Lei nº 12.232/ 2010.

Dessa forma, ao ter que disputar com as demais contratadas, a agência é levada a não se acomodar e, assim, realizar um esforço maior para apresentar as melhores propostas, em termos estratégicos e criativos, com vistas a conquistar o direito de realizar determinada ação publicitária e ser remunerada pelos serviços prestados.



Destaca-se, ainda, que a não segregação das contas publicitárias também envolve a não garantia de faturamento mínimo pelas empresas, que ainda precisam compensar financeiramente seus custos internos.

Não obstante os procedimentos de seleção interna entre as contratadas serem mais trabalhosos para a equipe interna do DETRAN, do que o repasse direto de demandas para agências pré-determinadas para as respectivas contas publicitárias, a não segregação do objeto da licitação possibilita o DETRAN reunir uma quantidade e qualidade maior de propostas para seu julgamento e escolha daquela que melhor atenda às necessidades de comunicação do órgão.

10. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

Não existe outra contratação que guarde afinidade com o objeto da contratação pretendida. Inexistindo outras contratações que lhe sejam correlatas ou interdependentes em relação a esta que se pretende deflagrar.

Isso também se justifica por conta da disposição do §3º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, que impede o parcelamento ou a segregação do objeto em contratos distintos.

11. ALINHAMENTO ENTRE A CONTRATAÇÃO E O PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL

De acordo com o disposto no caput do artigo único das Disposições Transitórias do Decreto nº 67.689, de 2023, “A elaboração de plano de contratações anual pelos órgãos e entidades da Administração Pública direta e autárquica será facultativa no ano de 2023, tornando-se obrigatória a partir do ano subsequente, nos termos deste decreto”. Diante da faculdade excepcional conferida pelo citado Decreto, o DETRAN-SP não possui Plano de Contratação vigente para 2024. Contudo, a contratação que se pretende efetivar está alinhada com o planejamento estratégico do DETRAN-SP para o período 2023-2030, o Plano Plurianual 2024- 2027 e a Lei Orçamentária Anual de 2024.

Para o exercício de 2025, quando se pretende celebrar o contrato que resultará da licitação aqui proposta, será juntado ao presente processo administrativo o plano de contratação anual de 2025, ainda a ser elaborado.

Os serviços a serem contratados por meio da presente licitação apoiarão o Detran, na qualidade de órgão setorial do Sistema de Comunicação do Estado de São Paulo, nos termos do Decreto nº 66.019/2021, no desempenho de suas competências estabelecidas nos incisos dos artigos 5º e 7º de referido diploma, bem como para o atendimento de demandas publicitárias do contratante.



12. RESULTADOS PRETENDIDOS

Com a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, o Detran pretende desempenhar sua obrigação de levar ao conhecimento da população do Estado de São Paulo informações sobre suas ações, programas e projetos, oriundos de suas competências institucionais de promoção da educação no trânsito, planejamento, coordenação, execução e controle de ações relacionadas à habilitação de condutores, documentação e diversos serviços para veículos.

Ao desenvolver uma publicidade mais eficiente, o Detran, também rentabilizará o orçamento destinado para esse fim, o que caracteriza o uso responsável dos recursos públicos.

Ressalta-se que a expertise das agências contratadas, com profissionais qualificados e instrumentos capazes de oferecer as melhores e mais inovadoras soluções publicitárias para apoiar a atuação do Detran, aliada com as dinâmicas de execução dos serviços previstas no instrumento contratual, possibilitam maior celeridade ao desenvolvimento da publicidade governamental e, conseqüentemente, melhor atendimento das necessidades de comunicação do Detran, no enfrentamento dos desafios institucionais vivenciados no dia a dia.

A tempestividade decorre do fato de que as agências de propaganda contratadas se tornam responsáveis pela intermediação e supervisão da contratação corriqueira de fornecedores especializados para produção e execução das peças e materiais publicitários desenvolvidos no decorrer da execução contratual, bem como para a contratação dos inúmeros veículos de comunicação e divulgação utilizados para disseminação das mensagens.

Nesse trabalho, o Detran prioriza o atingimento dos objetivos de comunicação estabelecidos para cada campanha, buscando atingir o maior número de público possível com as mensagens mais adequadas, com vistas a concorrer pela atenção e pelo entendimento do cidadão, frente ao imenso volume de conteúdos divulgados pela iniciativa privada e dos inúmeros e variados espaços publicitários utilizados pelos anunciantes.

E a expertise técnica das agências de propaganda contratadas em processo licitatório apoia as equipes internas do Detran por meio da proposição das estratégias de comunicação mais adequadas e eficazes para composição da equação: o que dizer? como dizer? o que ressaltar? quando dizer? onde dizer? quanto investir?

Além de caracterizar um direito do cidadão e um dever do Estado em divulgar seus atos, medidas e a destinação dos recursos públicos, a publicidade cumpre ainda o importante papel de orientar, educar e mobilizar a população para que ela possa



usufruir dos serviços colocados à sua disposição ou adotar posturas positivas que tragam benefícios reais para a sua vida.

Dessa forma, com a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, o Detran pretende agregar maior adequabilidade, qualidade e eficiência à sua comunicação com a população destinatária de seus serviços, trazendo maior transparência aos seus atos, além de contribuir para maior efetividade do exercício da cidadania pela população, o que caracterizará o correto cumprimento de sua missão institucional.

13. PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS PELA ADMINISTRAÇÃO PREVIAMENTE À CELEBRAÇÃO DO CONTRATO

O Detran dispõe de área técnica responsável pelo desenvolvimento das ações publicitárias do órgão, a qual realiza diariamente o relacionamento com as agências de propaganda contratadas. Essa relação já está consolidada nas rotinas de trabalho da Assessoria de Comunicação Institucional do Detran, não havendo necessidade de adequação de ambiente físico, nem de capacitação de servidores para atuarem no relacionamento com as agências de propaganda e na gestão e fiscalização do contrato.

14. POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS

A presente contratação não envolve impactos ao meio ambiente e seu edital deve contemplar dispositivos específicos para garantir práticas de sustentabilidade por parte das agências de propaganda contratadas, estabelecendo dentre as obrigações das contratadas a adoção, na execução dos serviços, de boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição.

15. DECLARAÇÃO DE VIABILIDADE

Declaramos que a presente contratação se apresenta viável em todos os aspectos, na medida em que será utilizado orçamento específico alocado no Detran para esse fim e que o objeto da contratação é compatível com suas competências institucionais, que possui em sua estrutura interna uma área técnica preparada para a condução dos serviços a serem prestados por intermédio das agências de propaganda contratadas, bem como para a gestão e fiscalização do contrato.



Ressalta-se, ainda, que o Detran observa rigorosamente todos os dispositivos legais e normativos vinculados à matéria, minimizando eventuais riscos de questionamentos por parte de órgãos de controle e auditoria.

16. CONTRATAÇÕES ANTERIORES

A contratação ora proposta visa dar continuidade na prestação de Serviços de Publicidade em favor do DETRAN-SP, que atualmente ocorre através do Contrato Detran nº 001/2020 - Processo SPDOC nº 894295/2018, que ainda se encontra em vigor. Registre-se que referido contrato encontra-se em seu oitavo aditamento cuja vigência se estenderá até o dia 22/07/2024, quando então será formalizada nova prorrogação (última permitida por lei) e, em 22/01/2025 se esgotará o prazo máximo de vigência de 5 (cinco) anos permitido pela lei de regência.

Analisando os dispositivos contratuais do ajuste em questão percebe-se a necessidade de aprimorá-los.

16.1 Remuneração das Agência de Publicidade Contratadas

A remuneração das agências de propaganda se constitui de:

A) Desconto Padrão – remuneração da agência, pago pelos veículos, pela concepção, execução e distribuição de propaganda, na forma de percentual estipulado pelas Normas Padrão do Conselho Executivo de Normas Padrão – CENP, calculado sobre o valor pago pelo anunciante aos veículos de comunicação. Nos termos do artigo 11 da Lei nº 4.680/65 e artigo 11 do Decreto nº 57.690/66, bem como o art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

B) Percentual sobre o valor dos serviços complementares – remuneração da agência paga pelo contratante (anunciante) na forma de percentual incidente sobre o valor dos serviços complementares – item 3.6.1 das Normas–Padrão – CENP. Esses serviços estão previstos nos 3 (três) incisos do §1º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010.

C) Serviços Internos da Agência, assim entendidos aqueles que são executados pelo pessoal e/ou com recursos da própria agência, calculado com base em parâmetros referenciais pelo sindicato da base territorial onde a agência estiver localizada (tabela de preços do Sindicato Nacional das Agências de Propaganda – SINAPRO) – item 3.6 das Normas-Padrão – CENP.

Com base na possibilidade de negociação desses valores, em favor do contratante – anunciante, nos termos do item 3.11 das Normas-Padrão do CENP, o repasse de parte do desconto padrão pela agência ao contratante foi estabelecido contratualmente em 1/4 (um quarto) do valor por ela recebido, correspondente a 5% do valor investido em mídia – máximo permitido na oportunidade da publicação do edital que deu origem ao contrato em vigor. Desta feita, dos 20% originais a que



a agência tem direito, ela retém 15% e repassa ao contratante – anunciante 5%. Assim o valor do desconto padrão recebido pelas agências contratadas é de 15%.

Já as demais possibilidades de remuneração (Serviços complementares e Serviços Internos) compuseram a proposta de preços objetivando a escolha da proposta mais vantajosa.

Assim, ao invés de se praticar os valores absolutos constantes da tabela do SINAPRO, para serviços internos e os 15% previstos no item 3.6.1 das Normas-Padrão do CENP para os serviços complementares, resultou do processo licitatório as seguintes condições para a política de preços dos honorários das agências contratadas:

1	Desconto em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo , a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pelo licitante, referentes a peças e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei federal nº 4.680/1965, com exceção do serviço de criação;	Desconto de 51,00%
2	Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;	Honorário de 4,00%
3	Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione ao licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei federal nº 4.680/1965;	Honorário de 4,00%
4	Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;	Honorário de 4,00%

Posto isto e à vista das alterações promovidas no Anexo B das Normas Padrão - CENP, necessária agora a inclusão de um novo item em referida política de preços de honorários e remuneração das agências de propaganda contratadas.

O Anexo B anterior das Normas-Padrão do CENP, trazia o quadro abaixo, que apresentava as faixas de valores de investimento e respectivos percentuais passíveis de serem negociados e repassados para o anunciante, como segue:

Anexo B – Normas Padrão – CENP



Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios Instituído pelo item 6.4 das Normas Padrão da Atividade Publicitária

INVESTIMENTO BRUTO ANUAL EM MÍDIA	PERCENTUAL NEGOCIÁVEL DO DESCONTO-PADRÃO DE AGÊNCIA A SER APLICADO SOBRE O INVESTIMENTO BRUTO DO ANUNCIANTE
Até R\$ 2.500.000,00	nihil
De R\$ 2.500.000,01 a R\$ 7.500.000,00	Até 2% (dois por cento) do investimento bruto
De R\$ 7.500.000,01 a R\$ 25.000.000,00	Até 3% (três por cento) do investimento bruto
De 25.000.000,01 em diante	Até 5% (cinco por cento) do investimento Bruto

Com base nesses parâmetros o contrato em vigor, como informado acima, determina o repasse de 5% em favor do Detran contratante.

Vale registrar que, para a aplicação do percentual correspondente a maior faixa de valor do quadro acima, as Normas-Padrão vigente, à época, trazia a seguinte orientação para o setor público:

3.11 – Nas contratações com o setor público, os anunciantes de cada Poder e Esfera Administrativa serão considerados como departamentos de um só anunciante, para efeito de aplicação dos dispositivos econômicos destas Normas-Padrão, ainda que os contratos sejam celebrados separadamente com cada órgão, autarquia, empresa, fundação, sociedade de economia mista ou outro tipo de entidade governamental.

3.11.1 – Consideram-se esferas administrativas distintas o Município, o Estado e a União.

3.11.2 – O disposto neste item aplica-se às:

a) reversão da parcela do “desconto de agência”, de que tratam os itens 2.7, 3.5 e 6.4;

Como dito acima, a leitura dos itens 3.11, 3.11.1 e 3.11.2, sempre conduziram à adoção da última faixa de valor, correspondente ao “Investimento Bruto Anual em Mídia”, superior a R\$ 25.000.000,01, e ao “Percentual Negociável do Desconto- Padrão de Agência a ser Aplicado sobre o Investimento Bruto Anual”, na ordem de 5%.



A partir do raciocínio acima, a Secretaria de Comunicação do Governo do Estado de São Paulo, na qualidade de órgão Central do Sistema de Comunicação do Estado de São Paulo – SICOM e, conseqüentemente, o Detran, passou a prever na minuta-padrão de edital para contratação de serviços de publicidade e em seu contrato padrão, como consta deste último contrato em vigor, que a agência contratada repasse ao órgão contratante 1/4 (um quarto) do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor acertado para cada veículo, que corresponde a 5% (cinco por cento).

Ocorre que, conforme dito acima, o CENP alterou o Anexo B das Normas-Padrão, por meio de um adendo, denominado Adendo do Anexo B das NPAP, sendo que, dentre as alterações, temos o que segue:

1.– A previsão contida no Anexo “B” original deverá ser substituída pela abaixo quanto aos percentuais passíveis de retorno do desconto-padrão em favor dos anunciantes e os investimentos totais em veículos aderentes por parte dos anunciantes:

INVESTIMENTO TOTAL EM VEÍCULOS ADERENTES (em milhões)	%
<i>Abaixo de R\$ 2,5</i>	<i>0</i>
<i>De R\$ 2,5 até R\$ 7,5</i>	<i>2</i>
<i>De R\$ 7,5 até R\$ 25</i>	<i>3</i>
<i>De R\$ 25 até R\$ 40</i>	<i>5</i>
<i>De R\$ 40 até R\$ 55</i>	<i>6</i>
<i>De R\$ 55 até R\$ 70</i>	<i>7</i>
<i>De R\$ 70 até R\$ 85</i>	<i>8</i>
<i>De R\$ 85 até R\$ 100</i>	<i>9</i>
<i>Acima de R\$ 100</i>	<i>10</i>

2- Para os benefícios previstos neste adendo, pressupõe-se que os investimentos totais em mídia, realizados anualmente, tenham as seguintes premissas:

a) Total dos investimentos realizados em veículos aderentes ao ambiente de autorregulação, por cliente-anunciante (soma dos investimentos realizados por meio de suas agências certificadas), com liberdade negocial entre o cliente e suas agências, garantindo, no entanto, os parâmetros dos benefícios;



- b) Serão consideradas as verbas de mídia investidas apenas em veículos aderentes às Normas-Padrão, excluindo-se aqueles que não fixam a remuneração da agência pela intermediação de mídia;*
- c) Equilíbrio econômico de cada relação comercial quando o cliente investir por mais de uma agência;*
- d) Havendo mais de uma conta de publicidade para atendimento, o cliente-anunciante poderá negociar com as agências envolvidas parcela do valor referente ao desconto-padrão, de forma que a média aritmética simples obtida no cálculo dos valores revertidos, em relação ao total do investimento em mídia, esteja em conformidade aos parâmetros normativos;*
- e) Para promover o equilíbrio em relação às agências que atendam contas menores de um cliente-anunciante, a agência com conta de publicidade com volume menor que 15% do total de investimento em mídia deste cliente-anunciante, os parâmetros deste adendo não são aplicáveis.*

Percebe-se, com a alteração promovida pelo Adendo ao Anexo B das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, que foram ampliadas as faixas de valores no “Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios”, sendo que, para a última faixa, correspondente a investimentos superiores a R\$ 100 milhões de reais, o CENP recomenda o percentual de repasse (reversão) ao anunciante de até 10% (dez por cento).

De acordo com o referido Adendo, para percepção dos benefícios, é presumido, contudo, que todas as premissas por ele listadas tenham sido cumpridas, o que, na presente contratação, tal cumprimento não se apresenta viável, principalmente porque não há como garantir que as verbas de mídia serão investidas apenas em veículos aderentes às Normas-Padrão.

Face a essas dificuldades, considerou-se pertinente, dentro da razoabilidade possível, que a questão da definição do repasse superior aos 5% atualmente praticado, seja objeto de disputa na licitação, com a criação de novo quesito para a proposta de preços, a partir de percentual mínimo colhido por meio de pesquisa de mercado. Além disso enfatiza-se que:

I-) A criação de novo quesito para compor a proposta de preços, colocando o percentual de repasse de parcela do desconto-padrão no modo de disputa, como item a ser valorado na proposta de preços, deixa a cargo das empresas licitantes ofertar o percentual que lhe seja adequado;

II) A negociação do repasse, na forma de disputa, é um procedimento legítimo que o anunciante tem a seu favor como forma de proceder à negociação prevista nas Normas-Padrão do CENP, nos termos do item 2.7, 3.5, 4.4 e 6.4 das referidas normas.

Assim, por todo o exposto, entende-se que a inclusão do percentual de repasse de parcela do Desconto-padrão de agência, como mais um quesito a ser julgado no âmbito da Proposta de Preços, tem potencial para promover maior vantajosidade



à Administração Pública (Detran), porquanto abre possibilidade para obtenção de percentuais acima dos praticados no mercado.

Em razão desse apanhado de informações, diferentemente das contratações anteriores vigentes, a Proposta de Preços da presente licitação deverá ser composta pelos seguintes quesitos:

	SERVIÇO	Política de Preços
1	Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;	Honorários de %
2	Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione ao licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei federal nº 4.680/1965;	Honorários de %
3	Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;	Honorários de %
4	Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pelo CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos e/ou decorrente da cessão de uso de obras consagradas.	No máximo%
5	Percentual de repasse do desconto padrão para o contratante, conforme letra do item 6.4. das Normas Padrão do CENP e seu Anexo B (NOVO QUESITO)	Repasse de%

16.2 Estrutura de Atendimento



Entende-se também pertinente ajustar as obrigações das contratadas referentes estrutura de atendimento a ser colocada à disposição do Detran que se caracteriza pela exigência de uma equipe mínima de profissionais do quadro da agência que ficarão disponíveis para atendimento imediato e permanente do Detran, com os perfis e quantitativos nos termos abaixo descritos:

- 1 (um) profissional de atendimento, nível sênior, com experiência comprovada de mais de 5 (cinco) anos na área;
- 2 (dois) profissionais de criação, nível sênior, com experiência comprovada de mais de 5 (cinco) anos na área;
- 1 (um) profissional de produção (impressa, eletrônica, digital e de design/computação gráfica), nível sênior, com experiência comprovada de mais de 5 (cinco) anos na área;
- 2 (dois) profissionais de mídia, nível sênior, com experiência comprovada de mais de 5 (cinco) anos na área

16.3 Comprovação das veiculações realizadas

Outra questão importante a ser aprimorada na presente contratação refere-se à comprovação pelas agências de propaganda das veiculações realizadas no âmbito das campanhas publicitárias, a qual configura exigência vinculada à autorização dos pagamentos destas.

No contrato vigente e anteriores essas comprovações são apresentadas pelas agências de propaganda ao Detran por meio de relatórios emitidos por empresas independentes de checagem, sempre que possível, o que tem sido objeto de constantes questionamentos por parte de órgãos de auditoria, na medida em que as próprias agências, de certa forma, acabam atuando como as intermediadoras de tais relatórios.

Assim, com vistas a proporcionar maior controle por parte do Detran e segurança no uso dos investimentos públicos, entende-se pertinente aperfeiçoar os dispositivos relacionados à comprovação das veiculações no âmbito das ações publicitárias, estabelecendo a obrigação das agências, ao firmarem contratos com as empresas independentes de checagem, providenciarem necessariamente o acesso direto do Detran aos relatórios de checagem produzidos, bem como às ferramentas de monitoramento, audiência, consumo, comportamento, investimento e aos demais dados brutos, nos termos a serem definidos no decorrer da execução contratual.

16.4 Liquidação e pagamento das despesas contratuais

No âmbito da liquidação e pagamento das despesas vinculadas aos contratos de serviço de publicidade, os Restos a Pagar correspondem às despesas empenhadas, mas não pagas até o término do exercício fiscal.



Ocorre que em decorrência das dinâmicas de liquidação e pagamento das despesas de publicidade, em que as notas fiscais/faturas e os documentos comprobatórios correspondentes aos serviços de mídia, conforme regra de mercado, são apresentados fora do mês de veiculação e, posteriormente, apresentados às agências contratadas que, por sua vez, realizam a conferência, elaboram os próprios documentos fiscais, para, então, encaminhá-los ao Detran.

Por conta dessa prática, os documentos fiscais e respectivos comprobatórios são apresentados pelas agências de propaganda ao Detran após determinado tempo da correspondente veiculação, sendo que essa dinâmica envolve os mais variados veículos de comunicação e divulgação espalhados por todo o Estado de São Paulo, conforme estratégia de mídia de cada campanha.

Para o aprimoramento das regras e rotinas vinculadas à liquidação e ao pagamento das despesas, no âmbito da execução contratual e com vistas a mitigar o volume excessivo de restos a pagar, o Detran deve instituir nesta nova contratação um prazo para apresentação da documentação fiscal e comprobatória. O prazo a ser estabelecido será de até 120 (cento e vinte) dias corridos. A fim de que as agências contratadas tenham tempo hábil para executar as tratativas necessárias à solicitação e elaboração dos documentos.

No entanto, é preciso prever na minuta do contrato a possibilidade de aceitação pelo Detran do não cumprimento do prazo de 120 (cento e vinte) dias corridos, em decorrência de situações imprevisíveis, devidamente justificadas pelas agências de propaganda, conforme ocorrência observadas nos contratos vigentes.

Outra questão vinculada a esse item envolve o repasse de valores pelas agências contratadas aos fornecedores de serviços especializados e veículos de comunicação e divulgação.

Com vistas a evitar eventuais questionamentos relativos aos pagamentos efetuados pelo Detran e não repassados tempestivamente pelas contratadas, fazendo com que esses fornecedores e veículos não recebam devidamente pelos serviços efetivamente prestados, o Detran deve estabelecer no futuro contrato um prazo de até 5 (cinco) dias úteis, após o recebimento da ordem bancária, para que as agências comprovem o efetivo pagamento a fornecedores e veículos.

Assim, a cada nota fiscal, as contratadas, devem registrar a comprovação dos pagamentos, dentro do prazo estipulado de até 5 (cinco) dias úteis.



17. LEGISLAÇÃO APLICADA

A presente contratação de serviços de publicidade, bem como a execução contratual desses serviços, se baseia nos dispositivos legais e normativos abaixo indicados:

- Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010 – Dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda.
- Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021 – Lei de licitações e contratos administrativos.
- Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965 – Dispõe sobre o exercício da profissão de publicitário e de agenciador de propaganda.
- Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998 - Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências.
- Decreto nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966 – Aprova o regulamento para a execução da Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965.
- Decreto nº 4.563, de 31 de dezembro de 2002 - Altera o Regulamento aprovado pelo Decreto no 57.690, de 1o de fevereiro de 1966, para a execução da Lei no 4.680, de 18 de junho de 1965.
- Decreto Estadual nº 66.019, de 15 de setembro de 2021 – Dispõe sobre o Sistema de Comunicação do Governo do Estado de São Paulo – SICOM.
- Normas-Padrão da Atividade Publicitária – do relacionamento comercial entre anunciantes, agências de publicidade e veículos de comunicação frente Lei nº 4.680/1965 e os Decretos nº 57690/1966 e nº 4.563/2002.
- Decreto nº. 68.017, de 11 de outubro de 2023 – Dispõe sobre a elaboração de Estudos Técnicos Preliminares – ETP.

18. OUTRAS INFORMAÇÕES

18.1 DO ORÇAMENTO SIGILOSO

O valor estimado da presente contratação de serviços de publicidade não possui caráter sigiloso.

18.2 DA PARTICIPAÇÃO DE CONSÓRCIO

A aceitação de consórcios na disputa licitatória situa-se no âmbito do poder discricionário da administração contratante, requerendo-se, porém, que sua opção seja sempre previamente justificada.



No que se refere à presente contratação de serviços de publicidade, a exemplo das contratações vigentes e anteriores, entende-se que, por não se tratar de objeto que envolve alta complexidade e, sim, por serviços usualmente prestados por agências de propaganda as quais possuem expertise e capacidade técnica para tanto, o edital deve vedar a participação de empresas reunidas em consórcio.

Por outro lado, essa decisão leva em consideração a orientação que estabelece que, em regra, a formação de consórcios é admitida quando o objeto a ser licitado envolve questões de alta complexidade ou de relevante vulto, em que empresas, isoladamente, não teriam condições de suprir os requisitos de habilitação do edital. Nestes casos, a Administração, com vistas a aumentar o número de participantes, admite a formação de consórcio.

18.3 DA PARTICIPAÇÃO DE COOPERATIVAS

Seguindo a mesma linha das contratações vigentes e anteriores, a presente contratação não deve permitir a participação de cooperativas, vez que somente agências de publicidade devidamente credenciadas como tal no CENP ou órgão similar poderão participar do certame, nos termos das disposições do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

19. ANEXOS

a-) Normas padrão da Atividade Publicitária (CENP)

b-) Mensagem do Departamento de Administração atestando que a presente contratação está alinhada com o planejamento estratégico do DETRAN-SP para o período 2023-2030, o Plano Plurianual 2024-2027 e a Lei Orçamentária Anual de 2024.

20. RESPONSÁVEIS

Ricardo Mayer Macario

Matrícula: 7427- Assessor Especial de Comunicação Institucional

e-mail: ricardo.macario@detran.sp.gov.br

Telefone: (11) 2650-6695 /98389-3501