

CONCORRÊNCIA

1/2024

CONTRATANTE (UASG)

928175

OBJETO

Serviços de Publicidade

VALOR TOTAL DA CONTRATAÇÃO

R\$ 848.221,41

DATA DA SESSÃO PÚBLICA

Dia 27/11/2025

CRITÉRIO DE JULGAMENTO:

Técnica e preço

PREFERÊNCIA ME/EPP/EQUIPARADAS

NÃO



Baixe o APP Compras.gov.br
e apresente sua proposta!

Sumário

1. DO OBJETO	3
2. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA	3
3. DA PARTICIPAÇÃO NA LICITAÇÃO	4
4. DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO, PROPOSTA TÉCNICA E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO	5
5. DA PROPOSTA	7
6. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS	8
7. DAS SESSÕES PÚBLICAS.....	9
8. DA FASE DE HABILITAÇÃO.....	15
9. DO TERMO DE CONTRATO	17
10. DOS RECURSOS	17
11. DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS E SANÇÕES.....	18
12. DA IMPUGNAÇÃO AO EDITAL E DO PEDIDO DE ESCLARECIMENTO	20
13. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS	20

MODELO DE EDITAL**Câmara Municipal de São Vicente****CONCORRÊNCIA Nº 1/2024**

(Processo Administrativo nº 48/2024)

Torna-se público que o(a) Câmara Municipal de São Vicente, por meio do(a) Divisão de Comunicação, sediado(a) Rua Jacob Emmerich 1.195, Parque Bitaru, São Vicente/SP, realizará licitação, na modalidade CONCORRÊNCIA na forma PRESENCIAL, nos termos da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, Resolução nº 1 de 2024, Lei nº 4035ª de 2020 e demais legislação aplicável e, ainda, de acordo com as condições estabelecidas neste Edital.

1. DO OBJETO

- 1.1. O objeto da presente licitação é serviços de publicidade conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas neste Edital e seus anexos.
- 1.2. A licitação será realizada em único item.

2. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

- 2.1. Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão, na forma do art. 10 da Lei 12.232/10, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.
- 2.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 3 (três) membros formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.
 - 2.2.1 Um dos membros da Subcomissão Técnica não terá vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE.
 - 2.2.1.1. A Divisão de Comunicação designará servidor nos moldes do art. 7º da Lei 14.133/21 para supervisionar os trabalhos do membro da comissão que não seja pertencente aos quadros permanentes da Câmara Municipal de São Vicente.
- 2.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica ocorreu por sorteio.
 - 2.3.1 Até 48 (quarenta e oito) horas após a primeira sessão pública, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da subcomissão, mediante a apresentação de justificativa à Comissão.
 - 2.3.1.1. 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.
 - 2.3.1.2. Havendo afastamento de membro da subcomissão, será convocado o suplente.
 - 2.3.1.3. Poderá ser impugnado o suplente convocado em até 48 horas da publicação da convocação.

- 2.4. Além das demais atribuições previstas neste documento, caberá à Subcomissão Técnica, quando solicitado pela Comissão, manifestar-se sobre eventuais recursos de licitantes relativos ao julgamento das Propostas Técnicas.

3. DA PARTICIPAÇÃO NA LICITAÇÃO

- 3.1. Poderão participar deste certame os interessados cujo ramo de atividade seja compatível com o objeto da licitação.
- 3.2. Será concedido nesta Licitação tratamento favorecido para microempresas, empresas de pequeno porte e figuras equiparadas, nos termos da Lei Complementar nº 123, de 2006.
- 3.3. Não poderão disputar esta licitação:
- 3.3.1 aquele que não atenda às condições deste Edital e seu(s) anexo(s);
 - 3.3.2 sociedade que desempenhe atividade incompatível com o objeto da licitação;
 - 3.3.3 empresas estrangeiras que não tenham representação legal no Brasil com poderes expressos para receber citação e responder administrativa ou judicialmente;
 - 3.3.4 autor do anteprojeto, do projeto básico ou do projeto executivo, pessoa física ou jurídica, quando a licitação versar sobre serviços ou fornecimento de bens a ele relacionados;
 - 3.3.5 empresa, isoladamente ou em consórcio, responsável pela elaboração do projeto básico ou do projeto executivo, ou empresa da qual o autor do projeto seja dirigente, gerente, controlador, acionista ou detentor de mais de 5% (cinco por cento) do capital com direito a voto, responsável técnico ou subcontratado, quando a licitação versar sobre serviços ou fornecimento de bens a ela necessários;
 - 3.3.6 pessoa física ou jurídica que se encontre, ao tempo da licitação, impossibilitada de participar da licitação em decorrência de sanção que lhe foi imposta;
 - 3.3.7 aquele que mantenha vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau;
 - 3.3.8 empresas controladoras, controladas ou coligadas, nos termos da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, concorrendo entre si;
 - 3.3.9 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;
 - 3.3.10 Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público - OSCIP, atuando nessa condição;
 - 3.3.11 Não poderá participar, direta ou indiretamente, da licitação ou da execução do contrato agente público do órgão ou entidade contratante, devendo ser observadas as situações que possam configurar conflito de interesses no exercício ou após o exercício do cargo ou emprego, nos termos da legislação que disciplina a matéria, conforme § 1º do art. 9º da Lei nº 14.133, de 2021.
- 3.4. O impedimento de que trata o item 3.3.6 será também aplicado ao licitante que atue em substituição a outra pessoa, física ou jurídica, com o intuito de burlar a efetividade da sanção a ela aplicada, inclusive a sua controladora, controlada ou coligada, desde que devidamente comprovado o ilícito ou a utilização fraudulenta da personalidade jurídica do licitante.

- 3.5. A critério da Administração e exclusivamente a seu serviço, o autor dos projetos e a empresa a que se referem os itens 3.3.4 e 3.3.5 poderão participar no apoio das atividades de planejamento da contratação, de execução da licitação ou de gestão do contrato, desde que sob supervisão exclusiva de agentes públicos do órgão ou entidade.
- 3.6. Equiparam-se aos autores do projeto as empresas integrantes do mesmo grupo econômico.
- 3.7. O disposto nos itens 3.3.4 e 3.3.5 não impede a licitação ou a contratação de serviço que inclua como encargo do contratado a elaboração do projeto básico e do projeto executivo, nas contratações integradas, e do projeto executivo, nos demais regimes de execução.
- 3.8. Em licitações e contratações realizadas no âmbito de projetos e programas parcialmente financiados por agência oficial de cooperação estrangeira ou por organismo financeiro internacional com recursos do financiamento ou da contrapartida nacional, não poderá participar pessoa física ou jurídica que integre o rol de pessoas sancionadas por essas entidades ou que seja declarada inidônea nos termos da Lei nº 14.133, de 2021.
- 3.9. A vedação de que trata o item 3.3.11 estende-se a terceiro que auxilie a condução da contratação na qualidade de integrante de equipe de apoio, profissional especializado ou funcionário ou representante de empresa que preste assessoria técnica.

4. DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO, PROPOSTA TÉCNICA E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

- 4.1. Na presente licitação, a fase de habilitação sucederá as fases de apresentação de propostas e de julgamento.
- 4.2. As Propostas Técnicas e de Preços e os Documentos de Habilitação das licitantes deverão ser entregues em 05 (cinco) invólucros distintos e separados, sendo eles:
 - 4.2.1 Invólucro 1: Plano de Comunicação – Via não identificada
 - 4.2.2 Invólucro 2: Plano de Comunicação – Via identificada
 - 4.2.3 Invólucro 3: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação
 - 4.2.4 Invólucro 4: Proposta de Preço
 - 4.2.5 Invólucro 5: Habilitação
- 4.3. O invólucro n. 1 será padronizado e fornecido pela CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE mediante solicitação formal da licitante à Comissão pelo e-mail licitacao@camarasaovicente.sp.gov.br ou de segunda a sexta-feira, das 12 às 18 horas, no endereço da Câmara Municipal de São Vicente, na Rua Jacob Emmerich, 1195.
- 4.4. Os invólucros nº 2 a 5 deverão ser providenciados pelas licitantes, contendo razão social e CNPJ e o nº do invólucro.
- 4.5. Os licitantes entregarão as propostas de técnica e as propostas de preço até a data e o horário estabelecidos para abertura da sessão pública.
- 4.6. No cadastramento da proposta de técnica e da proposta de preço, o licitante declarará, que:
 - 4.6.1 está ciente e concorda com as condições contidas no edital e seus anexos, bem como de que a proposta de técnica e da proposta de preço apresentadas compreendem a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de sua

entrega em definitivo e que cumpre plenamente os requisitos de habilitação definidos no instrumento convocatório;

4.6.2 não emprega menor de 18 anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 anos, salvo menor, a partir de 14 anos, na condição de aprendiz, nos termos do artigo 7º, XXXIII, da Constituição;

4.6.3 não possui empregados executando trabalho degradante ou forçado, observando o disposto nos incisos III e IV do art. 1º e no inciso III do art. 5º da Constituição Federal;

4.6.4 cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas específicas.

4.7. O licitante organizado em cooperativa deverá declarar, ainda, que cumpre os requisitos estabelecidos no artigo 16 da Lei nº 14.133, de 2021.

4.8. O fornecedor enquadrado como microempresa, empresa de pequeno porte ou sociedade cooperativa deverá declarar, ainda, que cumpre os requisitos estabelecidos no artigo 3º da Lei Complementar nº 123, de 2006, estando apto a usufruir do tratamento favorecido estabelecido em seus arts. 42 a 49, observado o disposto nos §§ 1º ao 3º do art. 4º, da Lei nº 14.133, de 2021.

4.8.1 Ausência de declaração produzirá o efeito de o licitante não ter direito ao tratamento favorecido previsto na Lei Complementar nº 123, de 2006, mesmo que microempresa, empresa de pequeno porte ou sociedade cooperativa.

4.9. Não poderá se beneficiar do tratamento jurídico diferenciado estabelecido nos arts. 42 a 49 da Lei Complementar nº 123, de 2006, a pessoa jurídica:

4.9.1 de cujo capital participe outra pessoa jurídica;

4.9.2 que seja filial, sucursal, agência ou representação, no País, de pessoa jurídica com sede no exterior;

4.9.3 de cujo capital participe pessoa física que seja inscrita como empresário ou seja sócia de outra empresa que receba tratamento jurídico diferenciado nos termos da Lei Complementar nº 123, de 2006, desde que a receita bruta global ultrapasse o limite de que trata o inciso II do art. 3º da referida lei;

4.9.4 cujo titular ou sócio participe com mais de 10% (dez por cento) do capital de outra empresa não beneficiada pela Lei Complementar nº 123, de 2006, desde que a receita bruta global ultrapasse o limite de que trata o inciso II do art. 3º da referida lei;

4.9.5 cujo sócio ou titular seja administrador ou equiparado de outra pessoa jurídica com fins lucrativos, desde que a receita bruta global ultrapasse o limite de que trata o inciso II do art. 3º da referida lei;

4.9.6 constituída sob a forma de cooperativas, salvo as de consumo;

4.9.7 que participe do capital de outra pessoa jurídica;

4.9.8 que exerça atividade de banco comercial, de investimentos e de desenvolvimento, de caixa econômica, de sociedade de crédito, financiamento e investimento ou de crédito imobiliário, de corretora ou de distribuidora de títulos, valores mobiliários e câmbio, de empresa de arrendamento mercantil, de seguros privados e de capitalização ou de previdência complementar;

4.9.9 resultante ou remanescente de cisão ou qualquer outra forma de desmembramento de pessoa jurídica que tenha ocorrido em um dos 5 (cinco) anos-calendário anteriores;

4.9.10 constituída sob a forma de sociedade por ações.

- 4.9.11 cujos titulares ou sócios guardem, cumulativamente, com o contratante do serviço, relação de pessoalidade, subordinação e habitualidade.
- 4.10. A falsidade da declaração de que trata os itens 4.6 ou 4.8 sujeitará o licitante às sanções previstas na Lei nº 14.133, de 2021, e neste Edital.
- 4.11. Os licitantes poderão retirar ou substituir as propostas de técnica, as propostas de preço, os documentos de habilitação anteriormente entregues, até a abertura da sessão pública.
- 4.12. Serão disponibilizados para acesso público os documentos que compõem as propostas dos licitantes convocados, após a fase da apresentação de propostas.

5. DA PROPOSTA

5.1. O licitante deverá entregar a Proposta Técnica contendo os seguintes requisitos:

- 5.1.1 Plano de Comunicação Publicitária em via não identificada (INVÓLUCRO 1);
- 5.1.2 Plano de Comunicação Publicitária em via identificada (INVÓLUCRO 2);
- 5.1.3 Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (INVÓLUCRO 3).

5.2. O licitante deverá entregar sua proposta de preços (INVÓLUCRO 4) contendo:

- 5.2.1 Desconto a ser concedido, sobre a tabela referencial de preços SINAPRO;
- 5.2.2 Honorários a serem cobrados;
- 5.2.3 Razão Social;
- 5.2.4 CNPJ.

5.3. Todas as especificações do objeto contidas na proposta vinculam o licitante.

5.4. Nos valores propostos estarão inclusos todos os custos operacionais, encargos previdenciários, trabalhistas, tributários, comerciais e quaisquer outros que incidam direta ou indiretamente na execução do objeto.

5.5. Os preços ofertados serão de exclusiva responsabilidade do licitante, não lhe assistindo o direito de pleitear qualquer alteração, sob alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

5.6. Se o regime tributário da empresa implicar o recolhimento de tributos em percentuais variáveis, a cotação adequada será a que corresponde à média dos efetivos recolhimentos da empresa nos últimos doze meses.

5.7. Independentemente do percentual de tributo inserido na planilha, no pagamento serão retidos na fonte os percentuais estabelecidos na legislação vigente.

5.8. A apresentação das propostas implica obrigatoriedade do cumprimento das disposições nelas contidas, em conformidade com o que dispõe o Termo de Referência/Projeto Básico, assumindo o proponente o compromisso de executar o objeto licitado nos seus termos, bem como de fornecer os materiais, equipamentos, ferramentas e utensílios necessários, em quantidades e qualidades adequadas à perfeita execução contratual, promovendo, quando requerido, sua substituição.

5.8.1 O prazo de validade da proposta não será inferior a **60 (sessenta)** dias, a contar da data de sua apresentação.

5.8.2 Os licitantes devem respeitar os preços máximos estabelecidos nas normas de regência de contratações públicas federais, quando participarem de licitações públicas;

5.9. O descumprimento das regras supramencionadas pela Administração por parte dos contratados pode ensejar a responsabilização pelo Tribunal de Contas Estado de São Paulo e, após o devido

processo legal, gerar as seguintes consequências: assinatura de prazo para a adoção das medidas necessárias ao exato cumprimento da lei, nos termos do art. 71, inciso IX, da Constituição; ou condenação dos agentes públicos responsáveis e da empresa contratada ao pagamento dos prejuízos ao erário, caso verificada a ocorrência de superfaturamento por sobrepreço na execução do contrato.

- 5.10. Será adotado o modo de disputa fechado, em que os licitantes apresentarão propostas que permanecerão em sigilo até o início da sessão pública, sendo vedada a apresentação de lances.

6. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

- 6.1. O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de "Técnica e Preço", nos termos do Artigo 5º, da Lei Federal nº 12.232/2010, e dos Artigos 33, 34 e 35, da Lei Federal nº 14.133/2021, estabelecido o peso 70 para a Proposta Técnica e o peso 30 para a Proposta de Preços.
- 6.2. As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital.
- 6.3. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer condicionante para a entrega dos bens e serviços.
- 6.4. Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Especial de Licitação considerará o preço por extenso.
- 6.5. As Propostas de Preço, serão avaliadas e valoradas segundo critérios abaixo:

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

% de Desconto	Pontos
Acima de 55% até 60%	30
Acima de 60%	40

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

% de Honorários	Pontos
Entre 8,20% e 7,00%	15
Entre 6,99% e 3,00%	20

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

% de Honorários	Pontos
Entre 8,20% e 7,00%	15
Entre 6,99% e 5,00%	20

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

% de Honorários	Pontos
Entre 8,20% e 7,00%	10
Entre 6,99% e 5,00%	15

Entre 4,99% e 1%	20
------------------	----

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

$$NPP = (D1 + D2 + D3 + D4)$$

NPP – Nota da Proposta de Preços

7. DAS SESSÕES PÚBLICAS

7.1. A reunião de licitação será realizada em 4 sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação.

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

7.2. A participação de representante de qualquer licitante ocorrerá mediante a prévia entrega de documento hábil.

7.3. Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas Técnicas, de preço e os Documentos de Habilitação nas respectivas sessões públicas.

7.4. Aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes poderão ser relevados, se constantes dos documentos submetidos à análise e julgamento da Subcomissão Técnica, por esta subcomissão, desde que não firam o entendimento da proposta e o ato não acarrete violação aos princípios básicos da licitação.

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

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

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

PRIMEIRA SESSÃO

7.8. A abertura da sessão pública de licitação será realizada no dia, hora e local previsto os no preâmbulo do Edital e terá a seguinte pauta inicial:

I - identificação das licitantes, por meio do(s) documento(s) exigido(s) no credenciamento dos representantes;

II - apresentação à Comissão dos invólucros n.ºs 1, 2, 3 e 4.

III - exame da conformidade dos invólucros com as disposições do Edital;

IV - rubrica no fecho dos invólucros n.ºs 2 e 4 e subsequente acondicionamento destes invólucros em receptáculo específico com rubrica no seu respectivo fecho pela Comissão e representantes das licitantes;

V - abertura dos invólucros n.ºs 1 e 3, exame e rubrica de seus respectivos conteúdos pela Comissão e representantes das licitantes presentes.

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

7.8.2 O invólucro n.º 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão se:

I - não apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite sua identificação ou a identificação da licitante antes da abertura do invólucro n.º 2:

II - não estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilidade a identificação da licitante.

7.8.2.1. O não recebimento do invólucro n.º 1 implica o não recebimento dos demais invólucros da licitante e seu consequente impedimento de participar do certame.

7.8.3 A Comissão, antes da abertura dos invólucros n.º 1, adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

7.8.4 A Comissão não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros n.º 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

7.8.5 Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos invólucros n.ºs 1 e 3, for constatada ocorrência que possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

7.8.6 5.8.6. Os invólucros n.ºs 2 e 4 permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão.

7.8.7 5.8.7. Abertos os invólucros n.ºs 1 e 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão.

7.8.8 5.8.8. A análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos invólucros n.ºs 1 e 3 observarão os seguintes procedimentos:

I - encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos invólucros n.º 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;

II - análise individualizada e julgamento, pela subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;

III - elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilhas com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso;

IV - encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos invólucros n.º 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

V - análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de atendimento, do Repertório e dos relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

VI - elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso.

SEGUNDA SESSÃO

7.9. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (invólucros n.ºs 1 e 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão convocará as licitantes para participar da segunda sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

I - identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença;

II - abertura do receptáculo contendo os invólucros n.ºs 2 e 4;

III - abertura e rubrica do conteúdo dos invólucros n.º 2 e rubrica no fecho do invólucro n.º 4;

IV - cotejo das vias não identificadas (invólucro n.º 1) com as vias identificadas (invólucro n.º 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;

V - elaboração da planilha geral com o somatório das pontuações atribuídas ao plano de comunicação publicitária e separadamente e aos demais quesitos de cada Proposta Técnica;

VI - proclamação do resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;

VII - adoção dos procedimentos previstos, em caso de empate, após a decisão final, inclusive das Propostas de Preço.

VIII - informação de que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será divulgado na forma da lei, com a indicação dos licitantes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação.

TERCEIRA SESSÃO

7.10. A Comissão convocará as licitantes classificadas para participar da terceira sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

I - identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença;

II - abertura dos invólucros n.º 4, exame e rubrica do seu Comissão e representantes das licitantes presentes;

III - julgamento das Propostas de Preço com a identificação das Propostas de menores preços e divulgação do resultado aos representantes das licitantes presentes;

IV - declaração da vencedora no julgamento final das Propostas, quais sejam, a licitante mais bem classificadas na média ponderada, de acordo com os respectivos pesos, na Proposta Técnica e na Proposta de Preços;

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

7.11. Iniciada a sessão pública, o Agente de Contratação/Comissão deverá informar para a atribuição de notas à proposta de técnica e de preço, e a data e o horário para manifestação da intenção de recorrer do resultado do julgamento, nos termos do item 10.3 deste Edital.

7.11.1 Eventual postergação do prazo a que se refere o item 7.8 deve ser comunicada tempestivamente pelo Agente de Contratação/Comissão.

7.12. O Agente de Contratação/Comissão verificará as condições de participação no certame de todos os licitantes, conforme previsto no art. 14 da Lei nº 14.133/2021, legislação correlata e no item 3.3 do edital, especialmente quanto à existência de sanção que impeça a participação no certame ou a futura contratação, mediante a consulta aos seguintes cadastros:

7.12.1 SICAF; e

7.12.2 Cadastro Nacional de Empresas Punidas – CNEP, mantido pela Controladoria-Geral da União (<https://portaldatransparencia.gov.br/pagina-interna/603244-cnep>).

7.13. A consulta aos cadastros será realizada no nome e no CNPJ da empresa licitante.

7.13.1 A consulta no CEIS quanto às sanções previstas na Lei nº 8.429, de 1992, também ocorrerá no nome e no CPF do sócio majoritário da empresa licitante, se houver, por força do art. 12 da citada lei.

7.14. Caso conste na Consulta de Situação do licitante a existência de Ocorrências Impeditivas Indiretas, o Agente de Contratação/Comissão diligenciará para verificar se houve fraude por parte das empresas apontadas no Relatório de Ocorrências Impeditivas Indiretas.

- 7.14.1 A tentativa de burla será verificada por meio dos vínculos societários, linhas de fornecimento similares, dentre outros.
- 7.14.2 O licitante será convocado para manifestação previamente a uma eventual desclassificação.
- 7.14.3 Constatada a existência de sanção, o licitante será reputado inabilitado, por falta de condição de participação.
- 7.15. Na hipótese de inversão das fases de habilitação e julgamento, caso atendidas as condições de participação, será iniciado o procedimento de habilitação.
- 7.16. Caso o licitante provisoriamente classificado em primeiro lugar tenha se utilizado de algum tratamento favorecido às ME/EPPs, o Agente de Contratação/Comissão verificará se faz jus ao benefício, em conformidade com o item 4.8 deste edital.
- 7.17. Verificadas as condições de participação e de utilização do tratamento favorecido, o Agente de Contratação/Comissão realizará, em conjunto com a banca designada, a verificação da conformidade das propostas.
- 7.18. Serão desclassificadas as propostas que:
- 7.18.1 contiverem vícios insanáveis;
 - 7.18.2 não obedecerem às especificações técnicas contidas no Termo de Referência/Projeto Básico;
 - 7.18.3 apresentarem preços inexequíveis ou permanecerem acima do preço máximo definido para a contratação;
 - 7.18.4 não tiverem sua exequibilidade demonstrada, quando exigido pela Administração;
 - 7.18.5 apresentarem desconformidade com quaisquer outras exigências deste Edital ou seus anexos, desde que insanável.
- 7.19. Na avaliação de conformidade das propostas de técnica e de preço deverão ser indicadas as razões de eventuais desclassificações.
- 7.20. No caso de bens e serviços em geral, é indício de inexequibilidade das propostas valores inferiores a 50% (cinquenta por cento) do valor orçado pela Administração.
- 7.20.1 A inexequibilidade, na hipótese de que trata o item anterior, só será considerada após diligência do Agente de Contratação/Comissão, que comprove:
 - 7.20.1.1. que o custo do licitante ultrapassa o valor da proposta; e
 - 7.20.1.2. inexistirem custos de oportunidade capazes de justificar o vulto da oferta.
- 7.21. Se houver indícios de inexequibilidade da proposta de preço, ou em caso da necessidade de esclarecimentos complementares, poderão ser efetuadas diligências, para que a empresa comprove a exequibilidade da proposta.
- 7.22. Erros no preenchimento da planilha não constituem motivo para a desclassificação da proposta. A planilha poderá ser ajustada pelo fornecedor, no prazo indicado, desde que não haja majoração do preço e que se comprove que este é o bastante para arcar com todos os custos da contratação.
- 7.22.1 O ajuste de que trata este dispositivo se limita a sanar erros ou falhas que não alterem a substância das propostas.
 - 7.22.2 Considera-se erro no preenchimento da planilha passível de correção a indicação de recolhimento de impostos e contribuições na forma do Simples Nacional, quando não cabível esse regime.

7.23. Para fins de análise da proposta quanto ao cumprimento das especificações do objeto, poderá ser colhida a manifestação escrita do setor requisitante do serviço ou da área especializada no objeto.

7.24. Será atribuída ao licitante uma Nota da Proposta de Preço (NP), de acordo com o seguinte parâmetro matemático:

$$NP = 100 \times (X1 / X2)$$

NP - Nota da proposta de preço do licitante;

X1 - Menor valor global proposto entre os licitantes classificados; e

X2 - Valor global proposto pelo licitante classificado.

7.25. Após análise das propostas de técnica e de preço, será estabelecida a pontuação final das licitantes, de acordo com a média ponderada das valorações de acordo com a seguinte fórmula:

$$NF = (70 * NT + 30 * NP) / 100$$

onde:

NF = Nota Final;

NT = Nota da Proposta Técnica;

NP = Nota da Proposta de Preços.

7.26. Encerrados os prazos estabelecidos nos itens 7.8 e 7.11.1, o Agente de Contratação/Comissão ordenará e divulgará as notas ponderadas das propostas de técnica e de preço em ordem decrescente, considerando a maior pontuação obtida, bem como informará as notas de cada proposta por licitante. (art. 21, §2º, da IN SEGES/MGI nº 2/2023).

7.27. Em relação a itens não exclusivos para participação de microempresas e empresas de pequeno porte, uma vez encerrada a etapa de análise das propostas de técnica e de preço, será efetivada a verificação automática, junto à Receita Federal, do porte da entidade empresarial. O Agente de Contratação/Comissão identificará em coluna própria as microempresas e empresas de pequeno porte participantes, procedendo à comparação com a Nota Final da primeira colocada, se esta for empresa de maior porte, assim como das demais classificadas, para o fim de aplicar-se o disposto nos arts. 44 e 45 da Lei Complementar nº 123, de 2006, regulamentada pelo Decreto nº 8.538, de 2015.

7.28. Nessas condições, as propostas de microempresas e empresas de pequeno porte que se encontrarem na faixa de até 10% (dez por cento) acima da maior Nota Final serão consideradas empatadas com a primeira colocada.

7.29. A melhor classificada nos termos do subitem anterior terá o direito de encaminhar uma última oferta para desempate, obrigatoriamente em preço que corresponda a Nota Final superior à da primeira colocada, no prazo de 5 (cinco) minutos controlados pelo Agente de Contratação/Comissão, contados após a comunicação automática para tanto.

7.30. Caso a microempresa ou a empresa de pequeno porte melhor classificada desista ou não se manifeste no prazo estabelecido, serão convocadas as demais licitantes microempresa e empresa de pequeno porte que se encontrem naquele intervalo de 10% (dez por cento), na ordem de classificação, para o exercício do mesmo direito, no prazo estabelecido no subitem anterior.

7.31. No caso de equivalência das Notas Finais atribuídas às microempresas e empresas de pequeno porte que se encontrem nos intervalos estabelecidos nos subitens anteriores, será realizado sorteio entre elas para que se identifique aquela que primeiro poderá apresentar melhor oferta para desempate.

7.32. Havendo eventual empate entre Notas Finais, o critério de desempate será aquele previsto no art. 60 da Lei nº 14.133, de 2021, nesta ordem:

7.32.1 disputa final, hipótese em que os licitantes empatados poderão apresentar nova proposta de preço em ato contínuo à classificação;

7.32.1.1. avaliação do desempenho contratual prévio dos licitantes, para a qual deverão preferencialmente ser utilizados registros cadastrais para efeito de atesto de cumprimento de obrigações previstos nesta Lei;

7.32.1.2. desenvolvimento pelo licitante de ações de equidade entre homens e mulheres no ambiente de trabalho, conforme regulamento;

7.32.1.3. desenvolvimento pelo licitante de programa de integridade, conforme orientações dos órgãos de controle.

7.32.2 Persistindo o empate, será assegurada preferência, sucessivamente, aos bens e serviços produzidos ou prestados por:

7.32.2.1. empresas estabelecidas no território do Estado ou do Distrito Federal do órgão ou entidade da Administração Pública estadual ou distrital licitante ou, no caso de licitação realizada por órgão ou entidade de Município, no território do Estado em que este se localize;

7.32.2.2. empresas brasileiras;

7.32.2.3. empresas que invistam em pesquisa e no desenvolvimento de tecnologia no País;

7.33. empresas que comprovem a prática de mitigação, nos termos da Lei nº 12.187, de 29 de dezembro de 2009.

7.34. Esgotados todos os demais critérios de desempate previsto em lei, a escolha do licitante vencedor ocorrerá por sorteio, em ato público, para o qual todos os licitantes serão convocados, vedado qualquer outro processo.

7.35. Encerrada a etapa de análise das propostas, na hipótese de a proposta de preço do primeiro colocado permanecer acima do preço máximo definido para a contratação, o Agente de Contratação/Comissão poderá negociar condições mais vantajosas, após definida a melhor Nota Final entre os licitantes.

7.35.1 A negociação poderá ser feita com os demais licitantes, segundo a ordem de classificação inicialmente estabelecida, quando o primeiro colocado, mesmo após a negociação, for desclassificado em razão de sua proposta permanecer acima do preço máximo definido pela Administração.

7.35.2 A negociação será realizada por meio do Agente de Contratação/Comissão, podendo ser acompanhada pelos demais licitantes.

7.36. O resultado da negociação será registrado na ata da sessão pública e anexado aos autos do processo licitatório.

7.37. O Agente de Contratação/Comissão solicitará ao licitante mais bem classificado que, no prazo de **2 (dois) dias**, envie a proposta adequada à negociação realizada, acompanhada, se for o caso, dos documentos complementares.

QUARTA SESSÃO

7.38. A Comissão convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas, para participar da quarta sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

I - identificação dos representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

II - recebimento e abertura dos invólucros n.º 5, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e pelos representantes das licitantes presentes;

III - informação de que o resultado da habilitação será divulgado na forma da lei, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados;

7.39. Na hipótese de todas as propostas de preço serem desclassificadas ou de todas as licitantes serem inabilitadas, a Comissão poderá fixar as licitantes o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de novo documento ou de outras propostas escoimadas das causas que tenham determinado, respectivamente, a desclassificação ou a inabilitação.

7.39.1 A nova documentação deve ser apresentada na forma prevista neste Edital, e entregue em sessão pública.

7.40. Decididos os recursos e constatada a regularidade dos atos praticados, a autoridade competente, homologará e adjudicará seu objeto à licitante vencedora.

8. DA FASE DE HABILITAÇÃO

8.1. Os documentos previstos no Termo de Referência, necessários e suficientes para demonstrar a capacidade do licitante de realizar o objeto da licitação, serão exigidos para fins de habilitação, nos termos dos arts. 62 a 70 da Lei nº 14.133, de 2021.

8.1.1 A documentação exigida para fins de habilitação jurídica, fiscal, social e trabalhista e econômico-financeira, poderá ser substituída pelo registro cadastral no SICAF.

8.2. Quando permitida a participação de empresas estrangeiras que não funcionem no País, as exigências de habilitação serão atendidas mediante documentos equivalentes, inicialmente apresentados em tradução livre.

8.3. Na hipótese de o licitante vencedor ser empresa estrangeira que não funcione no País, para fins de assinatura do contrato, os documentos exigidos para a habilitação serão traduzidos por tradutor juramentado no País e apostilados nos termos do disposto no Decreto nº 8.660, de 29 de janeiro de 2016, ou de outro que venha a substituí-lo, ou consularizados pelos respectivos consulados ou embaixadas.

8.4. Quando permitida a participação de consórcio de empresas, a habilitação técnica, quando exigida, será feita por meio do somatório dos quantitativos de cada consorciado e, para efeito de habilitação econômico-financeira, quando exigida, será observado o somatório dos valores de cada consorciado.

8.4.1 Se o consórcio não for formado integralmente por microempresas ou empresas de pequeno porte e o Termo de Referência/Projeto Básico exigir requisitos de habilitação econômico-financeira, haverá um acréscimo de 10% (dez por cento) para o consórcio em relação ao valor exigido para os licitantes individuais.

8.5. Os documentos exigidos para fins de habilitação poderão ser apresentados em original ou por cópia.

8.6. Os documentos exigidos para fins de habilitação poderão ser substituídos por registro cadastral emitido por órgão ou entidade pública, desde que o registro tenha sido feito em obediência ao disposto na Lei nº 14.133/2021.

8.7. Será verificado se o licitante apresentou declaração de que atende aos requisitos de habilitação, e o declarante responderá pela veracidade das informações prestadas, na forma da lei.

8.8. Será verificado se o licitante apresentou, sob pena de inabilitação, a declaração de que cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas específicas.

- 8.9. O licitante deverá apresentar, sob pena de desclassificação, declaração de que suas propostas econômicas compreendem a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de entrega das propostas.
- 8.10. A habilitação será verificada por meio do Sicaf, nos documentos por ele abrangidos.
- 8.10.1 Somente haverá a necessidade de comprovação do preenchimento de requisitos mediante apresentação dos documentos originais não-digitais quando houver dúvida em relação à integridade do documento digital ou quando a lei expressamente o exigir.
- 8.11. É de responsabilidade do licitante conferir a exatidão dos seus dados cadastrais no Sicaf e mantê-los atualizados junto aos órgãos responsáveis pela informação, devendo proceder, imediatamente, à correção ou à alteração dos registros tão logo identifique incorreção ou aqueles se tornem desatualizados.
- 8.11.1 A não observância do disposto no item anterior poderá ensejar desclassificação no momento da habilitação.
- 8.12. A verificação pelo Agente de Contratação/Comissão, em sítios eletrônicos oficiais de órgãos e entidades emissores de certidões constitui meio legal de prova, para fins de habilitação.
- 8.13. A verificação no Sicaf ou a exigência dos documentos nele não contidos somente será feita em relação ao licitante vencedor.
- 8.13.1 Os documentos relativos à regularidade fiscal que constem do Termo de Referência/Projeto Básico somente serão exigidos, em qualquer caso, em momento posterior ao julgamento das propostas, e apenas do licitante mais bem classificado.
- 8.14. Após a entrega dos documentos para habilitação, não será permitida a substituição ou a apresentação de novos documentos, salvo em sede de diligência, para:
- 8.14.1 complementação de informações acerca dos documentos já apresentados pelos licitantes e desde que necessária para apurar fatos existentes à época da abertura do certame; e
- 8.14.2 atualização de documentos cuja validade tenha expirado após a data de recebimento das propostas;
- 8.15. Na análise dos documentos de habilitação, o Agente de Contratação/Comissão poderá sanar erros ou falhas, que não alterem a substância dos documentos e sua validade jurídica, mediante decisão fundamentada, registrada em ata e acessível a todos, atribuindo-lhes eficácia para fins de habilitação e classificação.
- 8.16. Na hipótese de o licitante não atender às exigências para habilitação, o Agente de Contratação/Comissão examinará as propostas do licitante subsequente e assim sucessivamente, na ordem de classificação, até a apuração de propostas que atenda ao presente edital.
- 8.17. Somente serão disponibilizados para acesso público os documentos de habilitação do licitante cuja proposta atenda ao edital de licitação, após concluídos os procedimentos de que trata o subitem anterior.
- 8.18. A comprovação de regularidade fiscal e trabalhista das microempresas e das empresas de pequeno porte somente será exigida para efeito de contratação, e não como condição para participação na licitação.

9. DO TERMO DE CONTRATO

- 9.1. Após a homologação e adjudicação, caso se conclua pela contratação, será firmado termo de contrato, ou outro instrumento equivalente.
- 9.2. O adjudicatário terá o prazo de **5 (cinco)** dias úteis, contados a partir da data de sua convocação, para assinar o termo de contrato ou instrumento equivalente, sob pena de decair o direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas neste Edital.
- 9.3. Alternativamente à convocação para comparecer perante o órgão ou entidade para a assinatura do Termo de Contrato ou instrumento equivalente, a Administração poderá: a) encaminhá-lo para assinatura, mediante correspondência postal com aviso de recebimento (AR), para que seja assinado e devolvido no prazo de **5 (cinco)** dias úteis, a contar da data de seu recebimento; b) disponibilizar acesso a sistema de processo eletrônico para que seja assinado digitalmente em até **5 (cinco)** dias úteis; ou c) outro meio eletrônico, assegurado o prazo de **5 (cinco)** dias úteis para resposta após recebimento da notificação pela Administração.
- 9.4. O Aceite da Nota de Empenho ou do instrumento equivalente, emitida ao fornecedor adjudicado, implica o reconhecimento de que:
 - 9.4.1 referida Nota está substituindo o contrato, aplicando-se à relação de negócios ali estabelecida as disposições da Lei nº 14.133, de 2021;
 - 9.4.2 a contratada se vincula à sua proposta e às previsões contidas neste Edital;
 - 9.4.3 a contratada reconhece que as hipóteses de rescisão são aquelas previstas nos artigos 137 e 138 da Lei nº 14.133, de 2021 e reconhece os direitos da Administração previstos nos artigos 137 a 139 da mesma Lei.
- 9.5. Os prazos dos itens 9.2 e 9.3 poderão ser prorrogados, por igual período, por solicitação justificada do adjudicatário e aceita pela Administração.
- 9.6. O prazo de vigência da contratação é o estabelecido no Termo de Referência/Projeto Básico.
- 9.7. Na assinatura do contrato ou instrumento equivalente será exigida a comprovação das condições de habilitação e contratação consignadas neste Edital, que deverão ser mantidas pelo fornecedor durante a vigência do contrato.
- 9.8. A Contratada deverá implantar programa de integridade, conforme legislação aplicável, em até 6 meses da data da assinatura do contrato.
 - 9.8.1 Será aceito como demonstração de que possui programa de integridade documentos que demonstrem o atendimento do previsto no artigo 6º da Lei Municipal nº 4035-A/2020.

10. DOS RECURSOS

- 10.1. A interposição de recurso referente ao julgamento das propostas, à habilitação ou inabilitação de licitantes, à anulação ou revogação da licitação, observará o disposto no art. 165 da Lei nº 14.133, de 2021.
- 10.2. O prazo recursal é de 3 (três) dias úteis, contados da data de intimação ou de lavratura da ata.
- 10.3. Quando o recurso apresentado impugnar o julgamento das propostas ou o ato de habilitação ou inabilitação do licitante:
 - 10.3.1 a intenção de recorrer deverá ser manifestada imediatamente, sob pena de preclusão;
 - 10.3.2 o prazo para a manifestação da intenção de recorrer não será inferior a 10 (dez) minutos.

- 10.3.3 o prazo para apresentação das razões recursais será iniciado na data de intimação ou de lavratura da ata de habilitação ou inabilitação;
- 10.3.4 na hipótese de adoção da inversão de fases prevista no § 1º do art. 17 da Lei nº 14.133, de 2021, o prazo para apresentação das razões recursais será iniciado na data de intimação da ata de julgamento.
- 10.4. Os recursos deverão ser encaminhados pelo e-mail licitacao@camarasaovicente.sp.gov.br.
- 10.5. O recurso será dirigido à autoridade que tiver editado o ato ou proferido a decisão recorrida, a qual poderá reconsiderar sua decisão no prazo de 3 (três) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, encaminhar recurso para a autoridade superior, a qual deverá proferir sua decisão no prazo de 10 (dez) dias úteis, contado do recebimento dos autos.
- 10.6. Os recursos interpostos fora do prazo não serão conhecidos.
- 10.7. O prazo para apresentação de contrarrazões ao recurso pelos demais licitantes será de 3 (três) dias úteis, contados da data da intimação pessoal ou da divulgação da interposição do recurso, assegurada a vista imediata dos elementos indispensáveis à defesa de seus interesses.
- 10.8. O recurso e o pedido de reconsideração terão efeito suspensivo do ato ou da decisão recorrida até que sobrevenha decisão final da autoridade competente.
- 10.9. O acolhimento do recurso invalida tão somente os atos insuscetíveis de aproveitamento.
- 10.10. Os autos do processo permanecerão com vista franqueada aos interessados no sítio eletrônico [portal da transparência](#).

11. DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS E SANÇÕES

- 11.1. Comete infração administrativa, nos termos da lei, o licitante que, com dolo ou culpa:
 - 11.1.1 deixar de entregar a documentação exigida para o certame ou não entregar qualquer documento que tenha sido solicitado pelo Agente de Contratação/Comissão durante o certame;
 - 11.1.2 salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado, não mantiver a proposta em especial quando:
 - 11.1.2.1. não enviar a proposta após a negociação;
 - 11.1.2.2. recusar-se a enviar o detalhamento da proposta quando exigível;
 - 11.1.2.3. pedir para ser desclassificado quando encerrada a etapa competitiva;
 - 11.1.2.4. deixar de apresentar amostra; ou
 - 11.1.2.5. apresentar proposta ou amostra em desacordo com as especificações do edital.
 - 11.1.3 não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;
 - 11.1.4 recusar-se, sem justificativa, a assinar o contrato ou a aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração;
 - 11.1.5 apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação;
 - 11.1.6 fraudar a licitação;
 - 11.1.7 comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza, em especial quando:
 - 11.1.7.1. agir em conluio ou em desconformidade com a lei;

11.1.7.2. induzir deliberadamente a erro no julgamento;

11.1.7.3. apresentar amostra falsificada ou deteriorada.

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

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

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

11.2.1 advertência;

11.2.2 multa;

11.2.3 impedimento de licitar e contratar; e

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

11.3. Na aplicação das sanções serão considerados:

11.3.1 a natureza e a gravidade da infração cometida;

11.3.2 as peculiaridades do caso concreto;

11.3.3 as circunstâncias agravantes ou atenuantes;

11.3.4 os danos que dela provierem para a Administração Pública;

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

11.4. A multa será recolhida no prazo máximo de **30 (trinta) dias** úteis, a contar da comunicação oficial.

11.4.1 Para as infrações previstas nos itens 11.1.1, 11.1.2 e 11.1.3, a multa será de 0,5% a 15% do valor do contrato licitado.

11.4.2 Para as infrações previstas nos itens 11.1.5, 11.1.6, 11.1.7, 11.1.8 e 11.1.9, a multa será de 15% a 30% do valor do contrato licitado.

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

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

11.7. A sanção de impedimento de licitar e contratar será aplicada ao responsável em decorrência das infrações administrativas relacionadas nos itens 11.1.1, 11.1.2 e 11.1.3, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave, e impedirá o responsável de licitar e contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta do ente federativo a qual pertencer o órgão ou entidade, pelo prazo máximo de 3 (três) anos.

11.8. Poderá ser aplicada ao responsável a sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, em decorrência da prática das infrações dispostas nos itens 11.1.5, 11.1.6, 11.1.7, 11.1.8 e 11.1.9, bem como pelas infrações administrativas previstas nos itens 11.1.1, 11.1.2 e 11.1.3 que justifiquem a imposição de penalidade mais grave que a sanção de impedimento de licitar e contratar, cuja duração observará o prazo previsto no art. 156, §5º, da Lei n.º 14.133/2021.

11.9. A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato ou em aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração, descrita no item 11.1.3, caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida e o sujeitará às penalidades e à

imediate perda da garantia de proposta em favor do órgão ou entidade promotora da licitação, nos termos do art. 45, §4º da IN SEGES/ME n.º 73, de 2022.

- 11.10. A apuração de responsabilidade relacionadas às sanções de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar demandará a instauração de processo de responsabilização a ser conduzido por comissão composta por 2 (dois) ou mais servidores estáveis, que avaliará fatos e circunstâncias conhecidos e intimará o licitante ou o adjudicatário para, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação, apresentar defesa escrita e especificar as provas que pretenda produzir.
- 11.11. Caberá recurso no prazo de 15 (quinze) dias úteis da aplicação das sanções de advertência, multa e impedimento de licitar e contratar, contado da data da intimação, o qual será dirigido à autoridade que tiver proferido a decisão recorrida, que, se não a reconsiderar no prazo de 5 (cinco) dias úteis, encaminhará o recurso com sua motivação à autoridade superior, que deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do recebimento dos autos.
- 11.12. Caberá a apresentação de pedido de reconsideração da aplicação da sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data da intimação, e decidido no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do seu recebimento.
- 11.13. O recurso e o pedido de reconsideração terão efeito suspensivo do ato ou da decisão recorrida até que sobrevenha decisão final da autoridade competente.
- 11.14. A aplicação das sanções previstas neste edital não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral dos danos causados.
- 11.15. Para a garantia da ampla defesa e contraditório dos licitantes, as notificações serão enviadas eletronicamente para os endereços de e-mail informados na proposta comercial, bem como os cadastrados pela empresa no SICAF.
- 11.15.1 Os endereços de e-mail informados na proposta comercial e/ou cadastrados no Sicaf serão considerados de uso contínuo da empresa, não cabendo alegação de desconhecimento das comunicações a eles comprovadamente enviadas.

12. DA IMPUGNAÇÃO AO EDITAL E DO PEDIDO DE ESCLARECIMENTO

- 12.1. Qualquer pessoa é parte legítima para impugnar este Edital por irregularidade na aplicação da Lei nº 14.133, de 2021, devendo protocolar o pedido até 3 (três) dias úteis antes da data da abertura do certame.
- 12.2. A resposta à impugnação ou ao pedido de esclarecimento será divulgado em sítio eletrônico oficial no prazo de até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame.
- 12.3. A impugnação e o pedido de esclarecimento poderão ser realizados por forma eletrônica, pelos seguintes meios: licitacao@camarasaovicente.sp.gov.br
- 12.4. As impugnações e pedidos de esclarecimentos não suspendem os prazos previstos no certame.
- 12.5. A concessão de efeito suspensivo à impugnação é medida excepcional e deverá ser motivada pelo agente de contratação, nos autos do processo de licitação.
- 12.6. Acolhida a impugnação, será definida e publicada nova data para a realização do certame.

13. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

- 13.1. Será divulgada ata da sessão pública.

- 13.2. Não havendo expediente ou ocorrendo qualquer fato superveniente que impeça a realização do certame na data marcada, a sessão será automaticamente transferida para o primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário anteriormente estabelecido, desde que não haja comunicação em contrário, pelo Agente de Contratação/Comissão.
- 13.3. Todas as referências de tempo no Edital, no aviso e durante a sessão pública observarão o horário de Brasília - DF.
- 13.4. A homologação do resultado desta licitação não implicará direito à contratação.
- 13.5. As normas disciplinadoras da licitação serão sempre interpretadas em favor da ampliação da disputa entre os interessados, desde que não comprometam o interesse da Administração, o princípio da isonomia, a finalidade e a segurança da contratação.
- 13.6. Os licitantes assumem todos os custos de preparação e apresentação de suas propostas e a Administração não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.
- 13.7. Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital e seus Anexos, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento. Só se iniciam e vencem os prazos em dias de expediente na Administração.
- 13.8. O desatendimento de exigências formais não essenciais não importará o afastamento do licitante, desde que seja possível o aproveitamento do ato, observados os princípios da isonomia e do interesse público.
- 13.9. Em caso de divergência entre disposições deste Edital e de seus anexos ou demais peças que compõem o processo, prevalecerá as deste Edital.
- 13.10. O Edital e seus anexos estão disponíveis, na íntegra, no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP) e endereço eletrônico [portal da transparência](#).
- 13.11. Integram este Edital, para todos os fins e efeitos, os seguintes anexos:
 - 13.11.1 ANEXO I – Termo de Referência;
 - 13.11.1.1. Apêndice do Anexo I – Estudo Técnico Preliminar;
 - 13.11.1.2. Apêndice do Anexo I – Estimativa de preços;
 - 13.11.2 Anexo II – Minuta de Termo de Contrato;
 - 13.11.3 Anexo III – Documentos do TCE/SP

São Vicente, data da assinatura.

WAGNER DOS SANTOS PINHEIRO

PRESIDENTE DA CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE

Cidade Monumento da História Pátria

Cellula Mater da Nacionalidade

Divisão de Comunicação

TERMO DE REFERÊNCIA

1 OBJETO

Contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de publicidade para a Câmara Municipal de São Vicente, nos termos da Lei nº 12.232/2010, com foco em campanhas de comunicação institucional, informativa e educativa.

2 FORMA DE LICITAÇÃO

A licitação será realizada na modalidade Concorrência, sob a forma PRESENCIAL, com adoção do critério de julgamento por TÉCNICA E PREÇO. A justificativa da forma presencial baseia-se na natureza técnica do certame e na necessidade de apresentação de propostas físicas e exemplares gráficos das peças publicitárias, que demandam análise tátil e visual detalhada, conforme entendimento da Procuradoria Jurídica (parecer anexo). Estão previstas gravações em áudio e vídeo da sessão de disputa, que serão juntadas aos autos após o encerramento da licitação, conforme art. 17, §§ 2º e 5º, da Lei nº 14.133/2021.

3 DAS JUSTIFICATIVAS

A necessidade da presente contratação, sob a perspectiva do interesse público, norteia-se no direito da população em conhecer, participar e fiscalizar a administração pública, em especial, reconhecer o papel constitucional do Poder Legislativo, bem como, no dever do gestor público em divulgar e transparecer os atos praticados pela Administração.

Cabe ao administrador desenvolver atividades orientadas a



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE

Cidade Monumento da História Pátria

Cellula Mater da Nacionalidade

Divisão de Comunicação

incentivar condutas positivas, generosas e que permitam a realização dos valores de interesse coletivo.

Assim, o serviço de publicidade visa promover boas condutas, despertar novos interesses, estimular ações educativas, difundir ideias e valores tidos como socialmente desejáveis. Os interesses envolvidos na publicidade estatal, diferentemente do setor privado que pode se utilizar da publicidade para acumulação de capital, relacionam-se à promoção da dignidade humana e à satisfação das necessidades coletivas.

A comunicação governamental se baseia no princípio constitucional da Publicidade, disposto no artigo 37 da Constituição Federal. O princípio da Publicidade do ato administrativo exige o desenvolvimento de serviços publicitários, como são os casos de divulgação de programas de governo e iniciativas estatais que asseguram a informação da população quanto à atuação do interesse público, cumprindo a importante função institucional de fortalecimento da cidadania e promoção da transparência e de controle social, a fim de que os cidadãos possam tomar conhecimento e as providências necessárias ao controle da legalidade, da moralidade e da eficiência de tais atividades praticadas.

4 DA FUNDAMENTAÇÃO LEGAL

- 4.1 Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021 - Lei de Licitações e Contratos Administrativos.
- 4.2 Resolução nº 1/24, de 8 de fevereiro de 2024 - Regulamenta a Lei Federal nº 14.133/21, que dispõe sobre licitações e contratos administrativos, no âmbito na Câmara Municipal de São Vicente e dá outras providências.
- 4.3 Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010 - Dispõe sobre as normas



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE

Cidade Monumento da História Pátria

Cellula Mater da Nacionalidade

Divisão de Comunicação

gerais para licitação e contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda;

- 4.4 Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965 - Dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda;
- 4.5 Lei Federal nº 8078/1990 (Código de Defesa do Consumidor).
- 4.6 Instrução Normativa nº 81, de 25 de novembro de 2022 - Dispõe sobre a elaboração do Termo de Referência - TR, para a aquisição de bens e a contratação de serviços, no âmbito da administração pública federal direta, autárquica e fundacional, e sobre o Sistema TR digital.
- 4.7 Instrução Normativa nº 65, de 7 de julho de 2021 - Dispõe sobre o procedimento administrativo para a realização de pesquisa de preços para aquisição de bens e contratação de serviços em geral, no âmbito da administração pública federal direta, autárquica e fundacional.
- 4.8 Instrução Normativa SEGES/MPDG nº 5, de 25 de maio de 2017 (Dispõe sobre as regras e diretrizes do procedimento de contratação de serviços sob o regime de execução indireta no âmbito da administração Pública federal direta, autárquica e fundacional): conforme Seção III (Dos Serviços Passíveis de Execução Indireta), Art. 7º: Nos termos da legislação, serão objeto de execução indireta as atividades previstas em Decreto que regulamenta a matéria e § 1º: A Administração poderá contratar, mediante terceirização, as atividades dos cargos extintos ou em extinção, tais como os elencados na Lei nº 9.632, de 7 de maio de 1998.
- 4.9 Decreto nº 10.818, de 27 de setembro de 2021 - Regulamenta o disposto no art. 20 da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, para



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE

Cidade Monumento da História Pátria

Cellula Mater da Nacionalidade

Divisão de Comunicação

Item	Serviços inclusos no item	Quantidade
------	---------------------------	------------

estabelecer o enquadramento dos bens de consumo adquiridos para suprir as demandas das estruturas da administração pública federal nas categorias de qualidade comum e de luxo.

5 FUNDAMENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO (art. 6º, inciso XXIII, alínea 'b' da Lei n. 14.133/2021).

- 5.1 Trata-se da contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de publicidade para a Câmara Municipal de São Vicente.
- 5.2 Os serviços de publicidade contratados terão por objeto somente as atividades previstas no art. 2º da Lei nº 12.232/2010, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações-públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.
- 5.3 O prazo de contrato é de 12 meses, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos com vistas à obtenção de preços e condições mais vantajosas para a administração, limitadas ao determinado pela Lei 14.133/2021, por se tratar de serviço contínuo e essencial.
- 5.4 Tabela dos quantitativos estimados desta contratação com base no ultimo contrato de publicidade vigente:



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE

Cidade Monumento da História Pátria

Cellula Mater da Nacionalidade

Divisão de Comunicação

1	Desenvolvimento de Marca	1
2	Criação de Campanha	6
3	Veiculação de anúncios em jornal	25
4	Honorários por veiculação de anúncios em jornal	25
5	Produção, criação, roteiro e texto de filme TV 30"	6
6	Veiculação de anúncio TV - 30"	50
7	Honorários por veiculação de anúncios em TV	50
8	Produção, criação, roteiro e texto de spot rádio 30"	6
9	Veiculação de anúncio Rádio 30"	50
10	Honorários por veiculação de anúncios em rádio	50

6 DAS CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO (art. 6º, XXIII, “a” e “i” da Lei n. 14.133/2021).

6.1 Definição do Objeto (Alínea “a” do art. 6º, XXIII da Lei nº 14.133/2021):

6.1.1 Objeto da contratação compreende os seguintes parâmetros:

6.1.1.1 Natureza do serviço: Publicidade e propaganda;

6.1.1.2 Quantitativos: O serviço será prestado conforme a necessidade da Câmara Municipal, dentro do período de 12 meses, com demanda variável, conforme os projetos e campanhas publicitárias a serem desenvolvidas;

6.1.1.3 Prazo de execução: O prazo de execução dos serviços será de 12 meses, conforme o disposto no TR e no contrato a ser firmado, com possibilidade de prorrogação, caso necessário, conforme as disposições legais pertinentes.

6.2 Estimativas de Valor da Contratação (Alínea “j” do art. 6º, XXIII da Lei nº 14.133/2021):



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE

Cidade Monumento da História Pátria

Cellula Mater da Nacionalidade

Divisão de Comunicação

6.2.1 O valor estimado da contratação será de R\$ 848.221,41 (oitocentos e quarenta e oito mil e duzentos e vinte e um reais e quarenta e um centavos), conforme as cotações obtidas e os parâmetros utilizados para o cálculo do valor global. Para os cálculos detalhados, as memórias de cálculo e os documentos de suporte estão disponibilizados no Estudo Técnico Preliminar (ETP), anexo a este Termo de Referência.

6.3 Documentos de Suporte e Localização das Informações:

A base de cálculo, memória de cálculo quantitativa e outros documentos que sustentam o valor da contratação estão localizados no Estudo Técnico Preliminar (ETP) e seu anexo, que acompanha este TR. As informações detalhadas sobre os parâmetros utilizados para a estimativa dos valores e a justificativa para a escolha do valor contratado podem ser encontrados nas páginas 3 à 6 do ETP.

7 DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO CONSIDERADO O CICLO DE VIDA DO OBJETO (art. 6º, inciso XXIII, alínea 'c')

7.1 A contratação tem como objetivo atender às demandas de comunicação das várias atividades a serem realizadas pela Câmara Municipal de São Vicente conforme detalhamento do Estudo Técnico Preliminar em anexo.

8 REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO (art. 6º, XXIII, alínea 'd' da Lei nº 14.133/21)

8.1 A contratação deverá observar os seguintes requisitos:

8.1.1 Não se aplica requisitos de marcas ou modelos;

8.1.2 A prestação dos serviços não gera vínculo empregatício entre os empregados da Contratada e a Administração Contratante, vedando-



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE

Cidade Monumento da História Pátria

Cellula Mater da Nacionalidade

Divisão de Comunicação

se qualquer relação entre estes que caracterize pessoalidade e subordinação direta.

9 MODELO DE EXECUÇÃO CONTRATUAL (arts. 6º, XXIII, alínea “e” da Lei n. 14.133/2021).

- 9.1 O prazo de execução dos serviços será de entrega imediata a partir da contratação.
- 9.2 O recebimento provisório ou definitivo não excluirá a responsabilidade civil pela solidez e pela segurança do serviço nem a responsabilidade ético-profissional pela perfeita execução do contrato.

10 ESPECIFICAÇÃO DA GARANTIA CONTRATUAL EXIGIDA E DAS CONDIÇÕES DE MANUTENÇÃO E ASSISTÊNCIA TÉCNICA (art. 40, §1º, inciso III, da Lei nº 14.133/2021)

- 10.1 Para a perfeita execução dos serviços, a Contratada deverá disponibilizar os materiais, equipamentos, ferramentas e utensílios necessários, nas quantidades estimadas e qualidades necessárias para a realização dos serviços.

11 MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO (art. 6º, XXIII, alínea “f” da Lei nº 14.133/21)

- 11.1 O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e as normas da Lei nº 14.133, de 2021, e cada parte responderá pelas consequências de sua inexecução total ou parcial.
- 11.2 Em caso de impedimento, ordem de paralisação ou suspensão do contrato, o cronograma de execução será prorrogado automaticamente pelo tempo correspondente, anotadas tais circunstâncias mediante



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE

Cidade Monumento da História Pátria

Cellula Mater da Nacionalidade

Divisão de Comunicação

simples apostila.

- 11.3 A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo (s) fiscal (is) do contrato, ou pelos respectivos substitutos.
- 11.4 O fiscal do contrato anotarà em registro próprio todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, determinando o que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados.
- 11.5 O fiscal do contrato informará a seus superiores, em tempo hábil para a adoção das medidas convenientes, a situação que demandar decisão ou providência que ultrapasse sua competência.
- 11.6 O contratado será obrigado a reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, a suas expensas, no total ou em parte, o objeto do contrato em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes de sua execução ou de materiais nela empregados.
- 11.7 O contratado será responsável pelos danos causados diretamente à Administração ou a terceiros em razão da execução do contrato, e não excluirá nem reduzirá essa responsabilidade à fiscalização ou o acompanhamento pelo contratante.
- 11.8 Somente o contratado será responsável pelos encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais resultantes da execução do contrato.
- 11.9 A inadimplência do contratado em relação aos encargos trabalhistas, fiscais e comerciais não transferirá à Administração a responsabilidade pelo seu pagamento e não poderá onerar o objeto do contrato.
- 11.10 As comunicações entre o órgão ou entidade e a contratada devem ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se, excepcionalmente, o uso de mensagem eletrônica para esse fim.



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE

Cidade Monumento da História Pátria

Cellula Mater da Nacionalidade

Divisão de Comunicação

- 11.11 O órgão ou entidade poderá convocar representante da empresa para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato.
- 11.12 Após a assinatura do contrato ou instrumento equivalente, o órgão ou entidade convocará o representante da empresa contratada para reunião inicial para apresentação do plano de fiscalização, que conterà informações acerca das obrigações contratuais, dos mecanismos de fiscalização, das estratégias para execução do objeto, do plano complementar de execução da contratada, quando houver, do método de aferição dos resultados e das sanções aplicáveis, dentre outros.
- 11.13 Antes do pagamento da nota fiscal ou da fatura, deverá ser consultada a situação da empresa junto ao SICAF.
- 11.14 Serão exigidos a Certidão Negativa de Débito (CND) relativa a Créditos Tributários Federais e à Dívida Ativa da União, o Certificado de Regularidade do FGTS (CRF) e a Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), caso esses documentos não estejam regularizados no SICAF.

12 CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E PAGAMENTO (art. 55, inciso VII, da Resolução nº 1/2024)

- 12.1 Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada da seguinte forma:

12.1.1 Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada por honorários máximos de 8,20% (oito e vinte por cento), incidentes sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material.

12.1.2 Os honorários serão calculados sobre o preço faturado pelos fornecedores.



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE

Cidade Monumento da História Pátria

Cellula Mater da Nacionalidade

Divisão de Comunicação

- 12.1.3 Pelos serviços de criação e execução interna, a CONTRATADA receberá o valor correspondente indicado na Tabela de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, então em vigor, com um desconto mínimo de 55% (cinquenta e cinco por cento).
- 12.1.4 Serão ressarcidas as despesas referentes aos os serviços de planejamento e execução de pesquisas, inclusive de pré-testes e recall de campanha executadas neste contrato, com o mesmo percentual indicado no subitem 12.1.1.
- 12.2 Os descontos de agência deverão respeitar a legislação vigente que trata da matéria, em especial as seguintes: Lei Federal n.º 4.680/65, Lei Federal n.º 12.232/2010, Decreto Federal n.º 57.690/66, alterado pelo Decreto Federal n.º 4.563/2002.
- 12.3 A CONTRATADA não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração incidente sobre os preços dos serviços especializados prestados por fornecedores referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei n.º 4.680/65.
- 12.4 A Câmara Municipal de São Vicente se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade da verba prevista.
- 12.5 O valor definido inclui todos os custos operacionais e os tributos eventualmente devidos, bem como as demais despesas diretas e indiretas, inclusive de transporte, de modo a constituir a única contraprestação pela execução dos serviços, objeto deste Contrato.
- 12.6 Além da remuneração prevista no subitem 13.1, a CONTRATADA fará jus ao desconto de Agência à base percentual bruta de 18% (dezoito por cento) dos preços de tabela ou dos preços negociados de veiculação,



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE

Cidade Monumento da História Pátria

Cellula Mater da Nacionalidade

Divisão de Comunicação

prevalecendo sempre o menor dos dois, desconto este concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o artigo 11 da Lei Federal nº 4.680/65, regulamentada pelo Decreto Federal nº 57.690/66 e alterada pelo Decreto Federal nº 4.563/2002.

12.7 A CONTRATADA não poderá cobrar layouts reprovados pela Câmara Municipal de São Vicente.

12.7.1 Serão reprovados layouts que se refiram a:

- 12.7.1.1 Dias de aniversário de santos ou entidades;
- 12.7.1.2 Convites a comparecimentos a sessões de qualquer tipo;
- 12.7.1.3 Celebrações a outras entidades públicas ou privadas;
- 12.7.1.4 Citação a agentes públicos nas peças que se refiram a trabalhos legislativos.

12.8 Compete ao Gestor do contrato, a conferência dos preços da tabela de cada inserção e os descontos negociados. Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao contratante para pagamento deverão ser acompanhados dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível.

12.9 O pagamento se dará em 15 (quinze) dias, após a entrega da Nota Fiscal/Fatura atestada pela CONTRATANTE, através do Fiscal de Contrato nomeado, responsável pelo recebimento do serviço e pela fiscalização da execução contratual, acompanhada dos seguintes documentos:

- a) demonstração do valor devido ao veículo, sua tabela de preços, descrição dos descontos negociados e das autorizações de inserções correspondentes, bem como relatório de checagem de veiculação e, em



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE

Cidade Monumento da História Pátria

Cellula Mater da Nacionalidade

Divisão de Comunicação

se tratando de jornais - páginas inteiras com identificação e data; de revistas - números completos; rádio, televisão e outdoor - mapas de exibição;

b) cópias das estimativas de custos, bem como dos mapas e datas, quando for o caso.

12.10 A Câmara Municipal de São Vicente não é obrigada a pagar nenhum compromisso assumido pela contratada que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

12.11. Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratadas, serão de responsabilidade da CONTRATADA.

12.12 Os serviços a serem executados deverão obedecer às Normas- Padrão da atividade publicitária, de acordo com as orientações do CENP - Conselho Executivo das Normas Padrão - órgão criado pelas entidades representativas em âmbito nacional dos Anunciantes.

12.13 Todos os serviços a serem solicitados deverão ser precedidos de uma solicitação a ser enviada pela Divisão de Comunicação da Câmara Municipal de São Vicente à CONTRATADA.

12.14 A partir da solicitação, a empresa CONTRATADA emitirá orçamento demonstrando claramente a composição dos preços ofertados, com base em layout previamente aprovado pela CONTRATADA e acompanhado dos documentos abaixo, dependendo do caso:

a) Serviços internos da agência - demonstrativo de valor a ser cobrado constante na tabela SINAPRO, com a indicação do desconto praticado;

b) Serviços de Veiculação - da tabela vigente do veículo.

c) Serviços especializados devem ter a apresentação de, no mínimo, 03



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE

Cidade Monumento da História Pátria

Cellula Mater da Nacionalidade

Divisão de Comunicação

(três) orçamentos obtidos entre empresas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido. Neste caso, a CONTRATADA deverá exigir dos fornecedores que constem nos orçamentos, os produtos ou serviços que a compõem, seu preço total e o detalhamento de suas especificações e preços unitários;

d) Os orçamentos deverão ser apresentados no original ou via digital (documento original digitalizado), em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação completa (nome, RG e CPF) e assinatura do responsável;

12.15 Os prazos para a execução dos serviços terão como ponto de partida um prévio entendimento entre a Câmara Municipal de São Vicente e a CONTRATADA.

12.16 O não atendimento pela CONTRATADA nos prazos exigidos pela Câmara Municipal de São Vicente, injustificado ou não acatado por este, caracterizará descumprimento contratual, podendo ensejar as penalidades dele decorrentes.

12.17 O orçamento ou mapa de mídia emitido pela CONTRATADA deverá ser elaborado dentro dos parâmetros estabelecidos nas propostas técnica e de preços, apresentadas na conformidade dos itens deste instrumento, contemplando a efetiva incidência dos descontos negociados em favor da Câmara Municipal de São Vicente, dentro do critério de menor custo.

12.18 Os valores orçados pela empresa CONTRATADA em função dos custos respectivos deverão obedecer rigorosamente, sob pena de incorrer nas penalidades previstas no contrato, sua compatibilidade com os preços de mercado devendo ser considerado como incluídos nestes todas as despesas com materiais, ferramentas, mão de obra, embalagens, equipamentos auxiliares, além dos impostos, seguros, taxas, tributos,



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE

Cidade Monumento da História Pátria

Cellula Mater da Nacionalidade

Divisão de Comunicação

incidências fiscais e contribuições de qualquer natureza ou espécie, encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, salários e quaisquer outros encargos e despesas necessárias à plena execução do objeto.

12.19 Todos os layouts e orçamentos serão submetidos à apreciação da Divisão de Comunicação da Câmara Municipal de São Vicente, que decidirá quanto às suas aprovações em até 05 (cinco) dias úteis, bem como fará o acompanhamento técnico e aferição do alcance e relevância das peças em relação à estratégia mais vantajosa para a Administração Pública.

12.19.1 A Divisão de Comunicação poderá realizar o acompanhamento técnico e a aferição do alcance e relevância das peças publicadas, utilizando-se de ferramentas e dados como medição e frequência, custos por pontos e custos por mil, clipping, Google Analytics, Instagram Analytics, Facebook Insights, tamanhos de tiragem e circulação e, brand lift.

12.19.1.1 A Divisão de Comunicação poderá demandar da contratada a aquisição de pesquisas para coleta e tratamento dos dados, tidas como atividades complementares, na forma do inc. I do § 1.º do art. 2.º da Lei Federal n.º 12.232 de 29 de abril de 2024, ou realizar tais pesquisas com os recursos disponíveis da Câmara, devendo analisar e se manifestar a respeito do custo e benefício, sendo em todos os casos obrigatória a demonstração, de forma objetiva, da pertinência da diligência para fins de interesse público, além da comprovação, nos termos da Lei n.º 14.133/21 ou outra que venha a substituí-la, de que os valores a serem gastos com tal atividade são compatíveis com os preços de mercado.

12.20 Não haverá sob hipótese alguma, pagamento antecipado.

12.21 No caso de controvérsia sobre a execução do objeto, quanto à



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE

Cidade Monumento da História Pátria

Cellula Mater da Nacionalidade

Divisão de Comunicação

dimensão, qualidade e quantidade, deverá ser observado o teor do art. 143 da Lei nº 14.133, de 2021, comunicando-se à empresa para emissão de Nota Fiscal no que pertine à parcela incontroversa da execução do objeto, para efeito de liquidação e pagamento.

13 FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR E REGIME DE EXECUÇÃO (LEI 14133 E A LEI 12232)

13.1 O fornecedor será selecionado por meio da realização de procedimento de LICITAÇÃO, na modalidade CONCORRÊNCIA, sob a forma PRESENCIAL, com adoção do critério de julgamento por TÉCNICA E PREÇO.

13.2 O formato para apresentação, pelos proponentes, do plano de comunicação publicitária, composto de raciocínio básico, estratégia de comunicação publicitária, ideia criativa e estratégia de mídia e não mídia, será padronizado quanto a seu tamanho, a fontes tipográficas, a espaçamento de parágrafos, a quantidades e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes, observada a exceção prevista no subitem 1.2.3;

13.2.1 O caderno específico que compõe o Plano de Comunicação Publicitária deverá observar a seguinte formatação:

- I – Caderno único, com espiral preto colocado à esquerda;
- II – capa e contracapa em papel A4 branco, com 75g/m² a 90g/m², ambas em branco;
- III – conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75g/m² a 90g/m²;
- IV - espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- V – títulos e entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- VI – espaçamento “simples” entre linhas e, opcionalmente,



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE

Cidade Monumento da História Pátria

Cellula Mater da Nacionalidade

Divisão de Comunicação

duplo após título e entretítulos e entre parágrafos;

VII – alinhamento justificado de texto;

VIII – texto e numeração de páginas em fonte “arial”, estilo “normal”, cor “automático”, tamanho “12 pontos”;

IX – numeração de páginas a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;

13.2.2 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças e/ou materiais estão limitados, no conjunto, a 08 (oito) páginas, não computadas nesse limite a capa e contracapa;

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

I – as tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquestitos Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

- a) ser editados em cores;
- b) ter fonte e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos, não sendo exigida formatação de margem específica;
- c) ser apresentado em papel A3 dobrado;
- d) ser apresentado em orientação paisagem;

13.2.4 Os exemplos de peças e/ou materiais integrantes do subquestito Ideia Criativa deverão ser apresentados:

I – separadamente (soltas) do caderno que compõe o Plano de Comunicação sem numeração de páginas;

II – devem ter formatos compatíveis com as dimensões do invólucro nº 01 (apócrifo), e não poderá estar danificado ou deformado pelas peças, materiais e/ou demais documentos neles acondicionados de modo a possibilitar a identificação da proponente;



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE

Cidade Monumento da História Pátria

Cellula Mater da Nacionalidade

Divisão de Comunicação

III – peças que não se ajustem às dimensões do invólucro nº 01 (apócrifo) poderão ser dobradas;

IV – as peças devem ser impressas em tamanho A3;

13.2.5 Limitar-se, sob pena de desclassificação, a 05 (cinco) exemplos, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material, observadas as seguintes regras:

- a) cada redução ou variação de formato será considerada como uma peça;
- b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c) peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablete, assim como painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor) será considerada como uma peça, se o entendimento da mensagem depender da leitura do conjunto sequencial e uma peça sozinha não transmitir a mensagem completa da comunicação;
- d) um hotsite e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;
- e) só serão aceitos exemplos de peças e/ou material não finalizados;
- f) para a produção dos exemplos de peças ou material não serão aceitas capturas de vídeo;
- g) na elaboração do animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução;
- h) cada exemplo de peça e/ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: “cartaz”, “filme TV”, “spot rádio”, “anúncio revista”, “monstro internet”);

13.3 Para apresentação do conjunto de informações de que trata o Repertório, os proponentes deverão apresentar peças e/ou material concebidos e



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE

Cidade Monumento da História Pátria

Cellula Mater da Nacionalidade

Divisão de Comunicação

veiculados a partir de 1º de janeiro de 2018, expostos ou distribuídos pela licitante, em caderno específico, em folhas devidamente numeradas, rubricadas e assinadas na última pelo representante legal da empresa participante do certame, apresentando 05 (cinco) peças e/ou material de qualquer tipo ou forma de sua veiculação, com apresentação de ficha técnica de cada material e/ou peça apresentada. A apresentação em número inferior ao exigido implica na pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas;

13.3.1 a formatação do repertório deverá ser na orientação retrato , em fonte “arial”, tamanho “12 pontos”, com ou sem o uso de cores;

13.4 Para apresentação do conjunto de informações de que trata o item Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, os proponentes deverão apresentar 02 (dois) relatos, cada um com o máximo de 02 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes ou ex-clientes. Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 03 (três) peças e/ou materiais, não computados no limite de páginas, independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça. As peças e/ou materiais apresentados deverão ter sido concebidos e veiculados a partir de 1º de janeiro de 2018, expostos ou distribuídos pela licitante, em caderno específico, em folhas devidamente numeradas, rubricadas e assinadas na última pelo representante legal da empresa participante do certame. A apresentação em número inferior ao exigido implica na pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas;

13.4.1 os documentos e informações que compõem o caderno Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4, com ou sem o uso de cores, em fonte “arial” tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE

Cidade Monumento da História Pátria

Cellula Mater da Nacionalidade

Divisão de Comunicação

quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos;

13.4.2 os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes ou ex- clientes, e não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Câmara Municipal de São Vicente seja ou tenha sido signatária.

13.4.2.1 a formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, mediante a rubrica do autor do referendo em todas as suas páginas.

13.4.2.2 na última página do relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário acompanhada do seu nome, cargo ou função.

13.5 Os documentos relativos à Capacidade de Atendimento deverão ser apresentados em caderno específico, sem limitação quanto ao número de páginas, composto por textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e/ou outros recursos por meios dos quais a licitante discriminará:

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

II – quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

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

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

IV – a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE

Cidade Monumento da História Pátria

Cellula Mater da Nacionalidade

Divisão de Comunicação

mídia que coloca regularmente à disposição do Contratante, sem ônus adicionais, na vigência do contrato;

V – os documentos e informações que compõem o caderno específico mencionado deverão ser formatados em papel A4, com ou sem o uso de cores, com qualquer tipo e tamanho de fonte, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.

13.6 A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada considerando as seguintes pontuações máximas de cada quesito e subquesito:

I - Plano de Comunicação Publicitária: máximo de 60 (sessenta) pontos assim distribuídos:

- a) Raciocínio Básico: 5 (cinco) pontos
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte) pontos
- c) Ideia criativa: 20 (vinte e cinco) pontos
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia - 15 (quinze) pontos

II - Capacidade de Atendimento: 10 (dez)

III - Repertório: 10 (dez)

IV - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 5 (cinco)

V – Qualificação da Equipe Técnica: 10 (dez) pontos

VI Desempenho Anterior em Contratações Públicas: 5 (cinco) pontos

13.7 Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e subquesitos, de acordo com a pontuação máxima prevista no item 13.2, obedecidos intervalo de 0,5 (meio) ponto.

13.8 A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos a ele ou a seus subquesitos pelos membros da Subcomissão Técnica.



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE

Cidade Monumento da História Pátria

Cellula Mater da Nacionalidade

Divisão de Comunicação

13.9 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, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

13.10 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 a subquesito reavaliado, a qual será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

13.11 A nota de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos;

13.12 A Nota Final da Pontuação Técnica - NFPT, será obtida utilizando-se a seguinte fórmula:

$$\text{NFPT} = 8 \times (\text{I} + \text{II} + \text{III} + \text{IV})$$

100

13.13 Será desclassificada a licitante que:

I - Não observar as determinações e as exigências deste Edital;

II- Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos de sua Proposta Técnica;

III - Não alcançar 70 pontos na somatória dos subitens I - Plano de Comunicação Publicitária,



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE

Cidade Monumento da História Pátria

Cellula Mater da Nacionalidade

Divisão de Comunicação

II - Capacidade de Atendimento, III - Repertório e IV - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação do item 13.2.

IV - Tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas.

13.14 Será considerada mais bem classificada, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior Nota Final de Pontuação Técnica observada às condições mínimas indicadas no subitem 13.9., II e III.

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

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

13.16 Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas Técnicas a licitante mais bem classificada na Proposta Técnica.

13.17 O regime de execução se dará por Pleiteada por preço unitário.

14 ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

14.1 O valor estimado da contratação para o período inicial de doze meses é de R\$ 848.221,41 (oitocentos e quarenta e oito mil e duzentos e vinte e um reais e quarenta e um centavos).



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE

Cidade Monumento da História Pátria

Cellula Mater da Nacionalidade

Divisão de Comunicação

15 QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

15.1 A Qualificação Técnica deverá ser comprovada com os seguintes documentos:

- a) uma ou mais declarações, fornecidas por pessoas jurídicas de direito público ou privado, que atestem que a licitante prestou à declarante serviços compatíveis com o do objeto desta concorrência;
- b) certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei nº 12.232, de 2010, art. 4º e seu § 1º, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, autenticado, ou, se emitido por via eletrônica, sujeito à confirmação no sítio eletrônico do CENP.

15.2 Para fins de comprovação de aptidão técnica, os atestados apresentados deverão ser compatíveis com o objeto desta licitação e referir-se à execução de serviços similares, nos termos do art. 67 da Lei nº 14.133/2021.

15.2.1 Será exigida a apresentação de atestado(s) de capacidade técnica que comprove(m) a execução de serviços publicitários com características similares às do objeto desta licitação, com valor correspondente de, no mínimo, **4% (quatro por cento)** e, no máximo, **50% (cinquenta por cento)** do valor estimado da contratação, ou seja, entre **R\$ 33.928,86 e R\$ 424.110,70**, considerando o valor total estimado de R\$ 848.221,41.

15.2.2 O valor do(s) atestado(s) poderá ser comprovado por contrato, nota fiscal, termo de recebimento definitivo ou declaração da contratante, desde que contenham informações objetivas e auditáveis.

15.3 Para sua Qualificação Técnica, a licitante deverá demonstrar que está qualificada pelo Conselho-Executivo das Normas-Padrão (CENP) e apresentar declarações que atestem que a licitante prestou serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência.



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE

Cidade Monumento da História Pátria

Cellula Mater da Nacionalidade

Divisão de Comunicação

15.4 Manter, durante a execução deste CONTRATO, todas as condições de habilitação exigidas nesta concorrência, entre as quais a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o art. 4º e seu parágrafo 1º da Lei 12.232/2010.

15.5 Será vedada a participação de consórcios

16 ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

16.1 As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados na dotação 01.031.0035.2182.3.3.90.39.00 do orçamento da Câmara Municipal de São Vicente.

17 REVOGAÇÃO - ANULAÇÃO

17.1 A Administração se reserva ao direito de revogar esta licitação, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente, devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar a decisão. Deverá, por outro lado, anulá-la se constatada insanável ilegalidade, baseado em parecer escrito e devidamente fundamentado.

18 DOS ANEXOS

18.1 Constituem anexos deste Termo de Referência, dele fazendo parte integrante, o Briefing e a Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda de São Paulo válida a partir de julho 2025.

19 FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

19.1 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Contratação apenas pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnica e de Preço, em dia, hora e local por ela estipulados.



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE

Cidade Monumento da História Pátria

Cellula Mater da Nacionalidade

Divisão de Comunicação

19.1.1 DA HABILITAÇÃO JURÍDICA:

19.1.1.1 Sociedades por ações e sociedades limitadas que assumirem feição empresarial: ato constitutivo registrado na Junta Comercial, acompanhado, quando for o caso, de ata de eleição de diretoria ou outro meio de comprovação de outorga de poderes de administração.

19.1.1.2 Sociedade simples, inclusive sociedades limitadas com essa natureza e sociedades cooperativas, bem como associações e fundações: ato constitutivo registrado no Cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, acompanhado, quando for o caso, de ata de eleição de diretoria ou outro meio de comprovação de outorga de poderes de administração.

19.1.1.3 Empresário Individual: ficha de empresário individual registrado na Junta Comercial.

19.1.2 REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA

19.1.2.1 Inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ).

19.1.2.2 Inscrição no cadastro de contribuintes estadual e/ou municipal, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual.

19.1.2.3 Certidão conjunta expedida pela Secretaria da Receita Federal do Brasil, relativa aos tributos por ela administrados e pela Procuradoria Geral da Fazenda Nacional, quanto à Dívida Ativa da União.

19.1.2.4 Certidão Negativa de Débitos Tributários da Dívida Ativa do Estado do domicílio ou da sede da licitante.

19.1.2.5 Prova de regularidade com a Fazenda Municipal do domicílio ou da sede da licitante relativamente aos tributos mobiliários;

19.1.2.6 Certidão Unificada por CPF/CNPJ Raiz, relativa ao Município



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE

Cidade Monumento da História Pátria

Cellula Mater da Nacionalidade

Divisão de Comunicação

de São Vicente.

- 19.1.2.7 Certificado de Regularidade do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS) - CRF.
- 19.1.2.8 Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT) expedida por órgão competente, nos termos da Lei Federal n.º 12.440, de 07 de julho de 2011.
- 19.1.2.9 Os documentos referidos no item 19.1.2 e seus subitens poderão ser substituídos ou supridos, no todo ou em parte, por outros meios hábeis a comprovar a regularidade do licitante, inclusive por meio eletrônico.

19.1.3 QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

- 19.1.3.1 Certidão Negativa de Pedido de Falência ou de ações de insolvência civil, expedida pelo Distribuidor da sede da pessoa jurídica, emitida em data não superior a 90 (noventa) dias da data da abertura da sessão pública, se outro prazo não constar do documento.
 - 19.1.3.1.1 A licitante que se encontrar em recuperação judicial deverá certificar que está apta econômica e financeiramente para participar de procedimento licitatório nos termos da Lei Federal nº 14.133/21.
- 19.1.3.2 Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, já exigíveis e apresentados na forma da lei, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios.
 - 19.1.3.2.1 A licitante constituída há menos de 2 (dois) anos, deverá apresentar os documentos previstos no subitem 19.1.3.2



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE

Cidade Monumento da História Pátria

Cellula Mater da Nacionalidade

Divisão de Comunicação

relativos tão somente ao último exercício financeiro.

19.1.3.2.2 A licitante criada no exercício financeiro desta licitação poderá apresentar o balanço de abertura devidamente registrado na Junta Comercial, em substituição aos documentos previstos no subitem 18.1.3.2.

19.1.3.3 Os documentos exigidos para fins de qualificação econômico- financeira deverão comprovar o seguinte:

19.1.3.3.1 Índices de Liquidez Geral (LG), Liquidez Corrente (LC) e Solvência Geral (SG) igual ou superiores a 1 (= ou > 1).

19.1.3.3.2 As licitantes que apresentarem resultado menor que 1 (um), em qualquer dos índices referidos no subitem 19.1.3.3.1 deverão comprovar que possuem patrimônio líquido mínimo igual ou superior a R\$ 84.822,14 (oitenta e quatro mil mil e oitocentos e vinte e dois reais e quatorze centavos).

19.1.3.4 No caso de sociedade anônima o Balanço Patrimonial e demonstrações contábeis deverão ser acompanhados da ata de aprovação devidamente arquivada no registro competente.

19.1.3.5 Serão considerados aceitos como na forma da lei o Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis assim apresentados:

19.1.3.5.1 publicados em Diário Oficial, ou;

19.1.3.5.2 publicados em jornal de grande circulação, ou;

19.1.3.5.3 registrados na Junta Comercial da sede ou domicílio da



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE

Cidade Monumento da História Pátria

Cellula Mater da Nacionalidade

Divisão de Comunicação

licitante, ou em outro órgão equivalente ou;

19.1.3.5.4 por cópia ou fotocópia do livro diário, inclusive dos Termos de Abertura e de Encerramento, devidamente registrado na Junta Comercial da sede ou domicílio ou em outro órgão equivalente, ou;

19.1.3.5.5 caso a empresa esteja cadastrada no Sistema Público de Escrituração Digital - SPED, poderá apresentar o recibo de entrega emitido pelo Sped, conforme previsto no § 1º do artigo 78-A do Decreto Federal nº 8.683/2016.

São Vicente, 04 de agosto de 2025.

Documento assinado digitalmente
gov.br SALLES TAVARES WANDERLEY
Data: 05/09/2025 14:50:22-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Salles Tavares Wanderley

Chefe da Divisão de Comunicação



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE

Cidade Monumento da História Pátria

Cellula Mater da Nacionalidade

Divisão de Comunicação

ANEXO I

BRIEFING

Este briefing tem por objetivo ajudar na elaboração de propostas pelos participantes deste certame, que visa à contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de publicidade para a Câmara Municipal de São Vicente.

INTRODUÇÃO

Com base na premissa de que a propaganda institucional deve ser concebida como conjunto de técnicas e ferramentas capazes de informar e orientar a população em geral sobre os diversos serviços ofertados pela administração municipal e considerando que "a publicidade dos atos, programas, obras, serviços, e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos" (Constituição Federal, Art. 37: 1º), a Câmara Municipal de São Vicente busca a contratação de uma empresa de comunicação, com objetivo de instrumentalizar seu próprio órgão de comunicação, seja com o apoio técnico de serviços aos quais não dispõe, seja para promover a efetiva divulgação de serviços de publicidade legal, institucional ou promocional das ações, atos e demais medidas de responsabilidade do Poder Legislativo, através dos diversos meios de comunicação, bem como o planejamento, concepção e execução, de acordo com a política de comunicação adotada pelo órgão público. Os serviços prestados devem se pautar pelos princípios constitucionais, tendo como principais referências:

1) O SUPORTE TÉCNICO não dispõe de serviços de clipping (seja de jornais, rádios, TVs ou mesmo de Internet), assim como mailing, além de equipamentos e mão de obra suficiente para a execução de serviços do gênero. O mesmo ocorre no setor de Comunicação, também sem as devidas ferramentas para o desenvolvimento das ações relacionadas aos eventos promovidos. Daí, portanto, a necessidade de auxílio de uma empresa que possa, acima de tudo, prestar suporte a esses dois setores.

Palácio 22 de Janeiro - Rua Jacob Emmerich, nº 1195 – Centro

São Vicente/SP – CEP 11310-071

Contato: (13) 3569-1568 – salles.tavares@saovicente.sp.leg.br



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE

Cidade Monumento da História Pátria

Cellula Mater da Nacionalidade

Divisão de Comunicação

Neste sentido, a licitante terá em conta, concomitantemente, a ética profissional e os princípios da administração pública, comprometendo-se os profissionais a seguirem as determinações do órgão público, no assessoramento de comunicação social.

2) A PUBLICIDADE DOS ATOS LEGISLATIVOS, seja em televisão, rádio, impressos e internet, e demais ações pertinentes à Casa, de modo a tornar acessível ao cidadão as informações sobre os trabalhos dos vereadores e suas consequências no cotidiano da população. Tal comunicação tem a obrigação de ser clara, objetiva e educativa, visando à aproximação entre população e Câmara Municipal.

3) O CARÁTER EDUCATIVO deve ser sempre uma referência nas ações realizadas, buscando orientar e conscientizar a população acerca de fatos e/ou valores relevantes para a comunidade como, por exemplo, a cidadania, liberdades públicas, direito de voto, o patriotismo; assim como sobre o exercício do direito do voto, zelo com equipamentos públicos, posto que sirvam à educação, formação ou aprimoramento da consciência comunitária. Nossa Casa possui um amplo calendário de eventos do gênero, que pouco tem contado com a participação do público, em função de limitações operacionais. Após uma campanha que dividiu muito os eleitores, a cidade vive um momento de harmonia entre os poderes legislativo e executivo, garantindo boa governabilidade e tentativas de unificação dos cidadãos através de ações políticas que visem o bem comum do município. Mais do que nunca, entendemos que é preciso que a comunicação do poder legislativo ganhe independência para não confundir a população sobre os diferentes trabalhos realizados pelos distintos poderes, já que aos olhos do povo, ambos caminham em sintonia. São muitas ações que precisam ganhar visibilidade, pois além das ações promovidas pelo mandato dos vereadores, a Câmara possui comissões permanentes, que atuam em diversas áreas, além das sessões ordinárias e especiais.

Nas audiências públicas e reuniões das comissões, os parlamentares discutem, com os mais variados segmentos da sociedade, temas importantes para o município, como o resultado dos debates que acontecem no Legislativo, os vereadores, em conjunto

Palácio 22 de Janeiro - Rua Jacob Emmerich, nº 1195 – Centro

São Vicente/SP – CEP 11310-071

Contato: (13) 3569-1568 – salles.tavares@saovicente.sp.leg.br



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE

Cidade Monumento da História Pátria

Cellula Mater da Nacionalidade

Divisão de Comunicação

com a sociedade, apresentam propostas de políticas públicas que melhorem a vida da população em seus mais diversos aspectos. Por isso, a comunicação é fator fundamental.

Quando se trata de órgãos e instituições públicas, ela assume um papel ainda maior. Informar ao cidadão as ações da Câmara Municipal e dar visibilidade ao trabalho dos parlamentares é primordial para que a população acompanhe as ações de cada vereador. Como pressupostos norteadores do trabalho da Mesa Diretora destacamos a ampliação das ações que incentivem a participação da população nos trabalhos da Câmara e a criação de projetos que fomentem a cultura local e regional. O objetivo principal da política de comunicação da Câmara, portanto, é tornar acessível ao cidadão todo os trabalhos desenvolvidos pelo agente público mais próximo do povo, que é o vereador.

OBJETIVOS INSTITUCIONAIS

- S Promover o fortalecimento da democracia e dos poderes que a garantem através da interação com o cidadão;
- S Estimular a participação popular no debate e na definição de políticas públicas e prioridades sociais;
- S Contribuir para o conhecimento e a compreensão da legislação municipal;
- S Disseminar informações de interesse dos diversos segmentos sociais, serviços e direitos dos cidadãos;
- S Contribuir para a transparência e compreensão dos atos, funções e responsabilidades do Poder Legislativo Municipal.

TEMA BÁSICO

Promover a cidadania. O foco é divulgar as ações do Legislativo, destacando as

Palácio 22 de Janeiro - Rua Jacob Emmerich, nº 1195 – Centro

São Vicente/SP – CEP 11310-071

Contato: (13) 3569-1568 – salles.tavares@saovicente.sp.leg.br



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE

Cidade Monumento da História Pátria

Cellula Mater da Nacionalidade

Divisão de Comunicação

diretrizes do trabalho a ser desenvolvido nos próximos anos. A ideia é ampliar as possibilidades de acesso às informações, entre as mais diversas classes sociais, alcançando os diversos públicos existentes no município. O trabalho deve nortear-se pelos conceitos de inovação, dinamismo, transparência e participação popular.

PÚBLICO-ALVO

População de São Vicente, de todos os bairros, de todas as classes sociais, com idade a partir de 7 (sete) anos.

PROBLEMA A SER RESOLVIDO

Conscientizar a população em geral para que participe das reuniões, leve sugestões, tenha voz e vez na política legislativa do município.

OBJETIVO DE COMUNICAÇÃO

Ampliar a participação popular no dia a dia da Casa Legislativa por meio da promoção de cidadania, nos atos legislativos (aprovação de projetos municipais e leis), a partir de peças, campanhas, divulgações de notícias, ações e serviços que convidem a população a participar dos debates no legislativo e apresentem a importância da Câmara e que façam menção aos aspectos da construção coletiva/participação popular.

OUTRAS INFORMAÇÕES RELEVANTES

A Comunicação Publicitária deve se preocupar em adequar as mensagens ao universo cultural dos segmentos de público; ressaltar os benefícios das ações para a sociedade em geral e não só para o público diretamente atingido; observar as normas para uso das marcas publicitárias do Poder Legislativo Municipal; aplicar os recursos com eficiência e racionalidade. As ações devem ser informativas, educativas e estimular a participação popular e democratização da gestão pública. Utilizar-se de veículos

Palácio 22 de Janeiro - Rua Jacob Emmerich, nº 1195 – Centro

São Vicente/SP – CEP 11310-071

Contato: (13) 3569-1568 – salles.tavares@saovicente.sp.leg.br



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE

Cidade Monumento da História Pátria

Cellula Mater da Nacionalidade

Divisão de Comunicação

tradicionais de comunicação de massa e das mídias alternativas e comunitárias. Utilizar os meios de comunicação próprios, tais como o portal da internet e mídias sociais (instagram, facebook), estratégias de mídia e não mídia. Assim a licitante deverá apresentar uma simulação de campanha publicitária, seguindo os seguintes dados:

1 – Objetivo da campanha: Divulgar para a população o programa de trabalho da CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE, seus serviços e os benefícios que ele traz para a população.

2 – A Verba estimada para a criação desta campanha é de R\$ 848.222,71 (oitocentos e quarenta e oito mil e duzentos e vinte e dois reais e setenta e um centavos) incluindo produção e veiculação;

3 – Veiculação da campanha em âmbito local através dos meios de divulgação julgados pertinentes ao plano de mídia sugerido;

4 – Período de divulgação: 90 (noventa) dias;

5 – Na formulação do plano de distribuição das peças sugeridas, a licitante deverá utilizar como base de preço, os valores constantes das tabelas cheias dos veículos em que se dispõe divulgar os materiais, sem considerar descontos/honorários.

6 – A campanha deve ter um conceito claro e apresentar uma justificativa que atenda aos objetivos visados.

São Vicente, 04 de agosto de 2025.

Palácio 22 de Janeiro - Rua Jacob Emmerich, nº 1195 – Centro

São Vicente/SP – CEP 11310-071

Contato: (13) 3569-1568 – salles.tavares@saovicente.sp.leg.br



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE

Cidade Monumento da História Pátria

Cellula Mater da Nacionalidade

Divisão de Comunicação

Documento assinado digitalmente



SALLES TAVARES WANDERLEY

Data: 04/08/2025 12:01:26-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Salles Tavares Wanderley

Chefe da Divisão de Comunicação

Palácio 22 de Janeiro - Rua Jacob Emmerich, nº 1195 – Centro
São Vicente/SP – CEP 11310-071
Contato: (13) 3569-1568 – salles.tavares@saovicente.sp.leg.br



Valores referenciais de serviços internos

Julho 2025 | Junho 2026



Diretoria

Triênio 2023/2026

Presidente:

Roberto Pereira Tourinho Dantas Propeg

Vice-Presidente:

Eduardo de Godoy Pereira Arroba Comunicação

Diretores:

Tatiana Marinho Gana
Ronaldo Severino Suno United Creators
Felipe Simi Soko
Ester Parreira de Miranda House Criativa Comunicação
Ary Nogueira Gana

Suplentes:

Geraldo Martins de Brito DeBrito Brasil
Gustavo Henrique Teixeira de Castro Versão BR Comunicação e Marketing

Conselho Fiscal:

Luiz Augusto Teixeira Leite Ogilvy Brasil
Antônio Donizete Dudli Dentsu Aegis Network Brazil
Rino Ferrari Filho Rino Com
Paulo Cesar Ferrari Octopus Comunicação
Pedro Atílio Cesarino Publicidade Archote
Ana Coutinho Galeria

Diretores Regionais

José Roberto de Lalibera DLM Propaganda
Rogério Teixeira de Almeida Pontual Propaganda
Raul Audi Júnior Audi Propaganda
Thiago Alves de Farias Pereira Verge Stúdio Comunicação
Francisco Garcia Dias da Silva Oliver Marketing
Gustavo Rafael Moreira Giudice Propeg



Carta apresentação Valores Referencias de Serviços Internos

A versão atualizada da principal referência sobre o valor dos serviços desenvolvidos pelas agências de propaganda - o documento **“Valores Referenciais de Serviços Internos 2025-2026”**, publicado pelo Sinapro-SP - já está disponível.

Elaborado com o apoio do Grupo de Trabalho do Sinapro-SP, composto por profissionais de agências de propaganda, o documento visa suprir as necessidades das agências e do mercado anunciante sobre as melhores práticas de precificação.

A atualização do documento acompanha a evolução do mercado publicitário, cuja atuação está cada vez mais baseada em dados, na inovação e na grande fragmentação dos canais digitais. A edição abrange toda a gama de serviços digitais disponíveis hoje no mercado, entre outros itens de serviços que requerem uma orientação adequada em termos de valores de referência, como planejamento, branding, mídia exterior, PDV e sinalização, materiais gráficos, rádio, TV e cinema.

O documento é um dos serviços que o Sinapro-SP oferece às agências sindicalizadas do Estado de São Paulo, sendo constantemente aprimorado para acompanhar os avanços do mercado e as novas tecnologias. Ele é válido pelo período de 12 meses, e está alinhado também aos pilares da nova diretoria à frente do Sinapro-SP no triênio 2023/2026, de valorizar e promover as questões relacionadas à Diversidade e Inclusão, Desenvolvimento Humano e Inovação no ambiente das agências.

Agradecemos e reforçamos a importância do seu apoio para continuarmos trabalhando para levar os melhores serviços às agências e ao mercado publicitário.

Atenciosamente,

Roberto Tourinho
Presidente





Carta de agradecimento:

O **Sinapro-SP** agradece o **Grupo de Trabalho** dos profissionais de agências que atuou na atualização do documento **“Valores Referenciais de Serviços Internos 2025-2026”**, publicado por nós.

Graças ao empenho e dedicação de todos os envolvidos, que pesquisaram, revisaram e atualizaram capítulo a capítulo todos os itens de serviços, ouvindo as “dores” e necessidades das agências de propaganda junto ao mercado, a nova edição do documento, totalmente revista e atualizada, passa a valer a partir de 1º de julho.

Foi de grande valor a participação de cada integrante do Grupo de trabalho do Documento de Valores Referenciais, que contribuíram com seu conhecimento para entregar um documento completo, que abrange todos os serviços desenvolvidos pelas agências de propaganda, e está alinhado ao atual momento do mercado.

O trabalho colaborativo deste time de grande competência nos permite seguir entregando serviços qualificados ao nosso setor e criando referências para as agências em sua precificação.”

Abraço,

Roberto Tourinho
Presidente



Índice

	Planejamento (Estratégico, Live Marketing e Comunicação Digital)	6
	Advertising (Campanhas Publicitárias – Anúncios)	10
	Branding (Marca – Logotipo – Identidade Visual)	13
	Mídia exterior (Out of Home)	16
	PDV e Sinalização (Peças Promocionais, Brindes e Materiais de Apoio)	18
	Materiais Gráficos (Produção Gráfica)	21
	Rádio – TV – Cinema (Produção Multimídia)	24
	Produção e Serviços Digitais	26
	Informações Adicionais	35





Planejamento

- Estratégico
- Live Marketing
- Comunicação Digital



PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE MARCA

	PREÇO REFERÊNCIA
Investiga as diversas variáveis envolvidas no diagnóstico de problemas e oportunidades para as marcas, como o consumidor, concorrentes, negócio, cultura, pontos de contato, histórico da empresa, características dos produtos, etc. A partir daí, desenvolve estratégias de posicionamento, comunicação e tudo o que possa impactar a imagem e a experiência das pessoas com as marcas e seus produtos.	142.154,40

PLANEJAMENTO DE MÍDIA

	PREÇO REFERÊNCIA
Cobrado apenas quando não tem remuneração por parte do desconto-padrão de agência.	94.173,67

PLANEJAMENTO LIVE MARKETING

O Planejamento de Live Marketing abrange 4 áreas: Ação Promocional, Ativação, Evento/Convenção e Campanha de Incentivo. Cada qual com escopo e preço específico, discriminados a seguir.
Planejamento de Ação Promocional (Promoção Comercial) e Ativação Por se tratar de matéria extremamente técnica, cabe ao planejamento alimentar a equipe de criação com estudos, pesquisas e históricos de mercado, buscando formas inéditas de engajamento e inovação e forma de mensuração de resultados. Apontar e avaliar todos os riscos legais além de indicar ou sugerir a melhor modalidade a ser utilizada na campanha, como sorteio, concurso, vale-brinde, self liquidated entre outras. No caso de ativação, avaliação do local, condições legais e logística a responsabilidade é do planejamento.
Planejamento de Evento e Convenção Cabe à equipe de planejamento analisar o briefing e entregar ao cliente um diagnóstico com solução por meio de pesquisas e expertise profissional. Desenvolver a melhor solução para o trabalho do ponto de vista conceitual, estratégico, criativo e lógico também são tarefas do planejamento.
Planejamento de Campanha de Incentivo Avalia o tipo de público para o qual a campanha será direcionada, definindo métricas de pontuação, recompensas e mensuração de resultados. Define o tipo de premiação que mais se adequa ao público, pertinência e aceitação com o objetivo de adesão e engajamento. Atua como facilitador entre as áreas da agência, gerando conteúdo para a criação definir conceito, tema e implantação.



ÁREAS DO LIVE MARKETING	PREÇO REFERÊNCIA
Planejamento de Ação Promocional	94.173,67
Planejamento de Ativação	72.709,05
Planejamento de Evento	109.132,04
Planejamento de Convenção	109.132,04
Planejamento de Campanha de Incentivo	118.909,60

SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL

SERVIÇO / ESCOPO

Prospecção, planejamento, desenvolvimento, implementação de soluções de comunicação digital;

Prospecção: Planejamento, criação e acompanhamento de campanhas digitais com foco em prospecção, segmentando público, localização, cargo e interesses, por meio de conteúdo e performance, em canais diversos. Para isso, há equipe de conteudistas, mídia digital, analistas e planejamento estratégico envolvidas nesse processo e que devem permanecer disponíveis para diversos projetos; Como adendo, networking em eventos específicos do setor.

Planejamento, desenvolvimento, implementação de soluções de comunicação digital:

Este item inclui planejamento estratégico de comunicação, de conteúdo, de mídia e de ações de metabilidade no dia a dia das prospecções e dos clientes ativos. A rotina de planejamento envolve profissionais especialistas, pesquisa, cronogramas, apresentações e acompanhamento de aplicação de estratégia com áreas correlatas – como conteúdo, performance e monitoramento.

O desenvolvimento da estratégia enquanto solução, bem como sua implementação efetiva, se dá justamente por essas áreas correlatas mencionadas, igualmente com profissionais especialistas e que se integram, estabelecendo seu trabalho de maneira paralela. No desenvolvimento temos o desmembramento do que foi apresentado estrategicamente, a saber: plano de conteúdo, plano de mídia, plano de ações de metabilidade, plano de mensuração de métricas e KPIs.

Na implementação temos a prática do que foi esmiuçado: criação, copy, aplicação, programação, postagem, impulsionamento, monitoramento, validação das estratégias e possíveis mudanças de rota, dashboards de acompanhamento; relatórios de performance; feedback interno entre times e feedback externo com os clientes.

A moderação de conteúdo e de perfis em redes sociais, monitoramento e o desenvolvimento de proposta de estratégia de comunicação nos canais digitais com base na inteligência dos dados colhidos;

A moderação de conteúdo e perfis em redes sociais envolve profissionais especialistas da área de conteúdo, validando a receptividade da comunicação – positiva, neutra ou

SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL – (Continuação)

SERVIÇO / ESCOPO

negativa – bem como desempenho (associados à área de performance) de métricas e indicadores. Crises e oportunidades também são captadas nesse processo. Além disso, o SAC promove conexão direta/ relacionamento com os usuários, como voz da marca no ambiente digital e faz parte da moderação dos perfis.

A mensuração de toda essa moderação coexiste entre áreas de conteúdo, performance e monitoramento. O monitoramento em si se dá com plataformas de extração de dados e insights, associado à interpretação humana. Esse acompanhamento precisa ser constante, a fim de organizar dados, mudanças de rota e atualizações estratégicas. O desenvolvimento de propostas de estratégia de comunicação nos canais digitais, com base na inteligência dos dados colhidos, se dá justamente por meio do cruzamento dos números e insights, indicando os melhores caminhos a seguir no ambiente digital, de forma analítica: canais mais adequados, tipo de comunicação eficaz, criativos de alta performance, investimentos em mídia e suas estimativas de entrega, objetivos e metas sólidos para devido acompanhamento.

A criação e execução técnica de projetos, ações ou produtos de comunicação digital;

Rotina das equipes de conteúdo, criação, performance e monitoramento, na execução devida de todas as etapas dos projetos, ações ou desenvolvimento de produtos de comunicação digital. Essa execução respeita todas as etapas do planejamento estratégico desenvolvido, bem como os planos correspondentes a todas as suas fases e ao desempenho percebido e monitorado em mensuração de performance. É fundamental o entrosamento entre times, com total conhecimento sobre o processo, do início ao fim, levando em conta responsabilidades, cronogramas e validações.

O desenvolvimento e implementação de formas inovadoras de comunicação, destinadas a expandir os efeitos da ação de comunicação digital, em consonância com novas tecnologias.

Profissionais especialistas, associados às ferramentas específicas de tecnologia, desenvolvem e implementam formas inovadoras de comunicação, traçando, em conjunto, ações que facilitem, em primeiro lugar, o processo de trabalho que envolve agência/ cliente; depois, que facilitem a percepção da comunicação da marca/ públicos relacionados; e, além disso, facilitem a conexão entre usuários/ consumidores e a marca exposta. Esse processo se dá por meio de pesquisa, pleno entendimento das novas tecnologias disponíveis, experimentações e validações de funcionamento/ utilidade/ precisão sob o prisma do perfil do cliente, suas necessidades, recursos disponíveis e aceitação por parte dos públicos que se relacionam. A busca por formas inovadoras de comunicação é parte da rotina estabelecida, visando sustentar-se em consonância com as novas tecnologias de maneira responsável, ágil e proativa.

Detalhamento dos serviços de Comunicação Digital estão na página 25.



Advertising



- Campanhas Publicitárias
- Anúncios



CRIAÇÃO DE CAMPANHA

PEÇA	TOTAL
Criação de tema / conceito de Campanha (key visual)	50.884,69

ANÚNCIO REVISTA

PEÇA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Página Dupla	11.267,58	4.933,20	16.200,78
1 Página	8.986,68	3.446,11	12.432,78
2/3 Página	7.184,97	3.103,82	10.288,79
1/2 Página	5.751,77	2.793,59	8.545,36
1/3 Página	4.593,84	2.508,11	7.101,95
Valor mínimo	2.933,42	2.040,57	4.973,99

*Adaptação de formato de anúncio já criado, considerar o valor de finalização

ANÚNCIO JORNAL

PEÇA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Página Dupla	13.509,14	5.923,64	19.432,78
1 Página	10.789,83	4.142,32	14.932,15
Rouba Página	8.490,00	3.255,31	11.745,31
1/2 Página	8.115,68	3.218,89	11.334,57
1/3 Página	7.642,32	2.927,59	10.569,91
1/4 Página	6.870,36	2.634,83	9.505,19
Valor mínimo	5.935,29	2.266,33	8.201,62

*Adaptação de formato de anúncio já criado, considerar o valor de finalização

ANÚNCIO PUBLICIDADE LEGAL / BALANÇO

PEÇA	TOTAL
Página Dupla	7.961,29
1 Página	5.326,47
Rouba Página ou 1/2 Página	4.188,93
Valor mínimo	3.185,39



REFEÇÃO - ADICIONAL MÍNIMO DE 40%. VALORES EM REAIS



EXEMPLO DE CÁLCULO: ANÚNCIO DE REVISTA

PEÇA	TOTAL
Criação e finalização	12.432,78
Tratamento de imagem/sistema: 1 hora	1.450,68
Vetorização de logotipo (1 logo)	1.466,71
Print - 2 cópias formato A4	329,17
TOTAL	15.679,34

REFEÇÃO - ADICIONAL MÍNIMO DE 40%. VALORES EM REAIS



Branding

- Marca
- Logotipo
- Identidade Visual





MARCA / LOGOTIPO

PEÇA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Marca / logotipo empresa / órgão público	29.047,21	19.364,32	48.411,53
Marca / logotipo produto / Programa Governamental	23.240,09	15.490,00	38.730,09
Marca / logotipo imobiliário	18.593,83	12.390,54	30.984,37
Marca / logotipo eventos	20.334,35	15.490,00	35.824,35
Marca / logotipo - Reformulação	21.785,04	14.524,33	36.309,37
Manual de identidade visual (por lâmina)	—	2.538,70	2.538,70
Slogan	14.524,33	—	14.524,33
Selo comemorativo/ação de Governo	10.641,27	6.650,43	17.291,70
Ícones e símbolos	1.053,06	831,67	1.884,73

*Planejamento, desenvolvimento e criação de manual de identidade visual: valor sob consulta conforme o projeto.

PAPELARIA

PEÇA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO
Bloco de anotações	3.117,65	2.223,85
Cartão de visita / personalizado	3.700,25	1.787,60
Cartão visita - alteração de nome / endereço	—	532,87
Envelope simples	3.404,68	3.775,56
Envelope saco / escritório	3.741,45	2.422,78
Papel carta / escritório	3.404,68	2.108,74
Papel embrulho / presente	4.719,09	3.674,67
Pasta	5.855,89	4.028,50

MATERIAIS ESPECIAIS

PEÇA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
House organ / jornal (4 páginas)	20.136,27	14.805,43	34.941,71
House organ / jornal (por página adicional)	4.022,88	2.955,26	6.978,14
Relatório diretoria (Projeto Gráfico e Criativo)	197.757,85	—	197.757,85
Relatório diretoria (Finalização por página)	—	4.931,75	4.931,75
Embalagem para relatório de diretoria	15.367,66	10.616,51	25.984,16
Revista/Livro - projeto editorial*	144.608,29	—	144.608,29
Revista/Livro - finalização (por página)	—	2.078,44	2.078,44
Revista/Livro - capa (projeto editorial já existente)	4.567,62	3.574,28	8.141,90
Revista/Livro - miolo (por pag. projeto gráfico já existente)	4.065,12	2.560,55	6.625,67
Uniforme	16.885,34	10.441,73	27.327,08

*Planejamento, desenvolvimento e criação de manual de identidade visual: valor sob consulta conforme o projeto.

MATERIAIS ESPECIAIS – (Continuação)

PEÇA	SLIDE ESTÁTICO
Apresentação de PPT / Keynote / qualquer outro tipo de app de apresentação - valor por slide	2.538,70

PEÇA	CAPA	MIOLO	TOTAL
Template para PPT - valor por template	5.386,18	4.213,68	9.599,86
Portfólio de produtos	5.255,09	4.156,89	9.411,99
Assinatura de e-mail	—	—	3.700,24
Assinatura de e-mail - alteração de nome / cargo / telefone	—	—	532,87

EMBALAGEM

PEÇA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Berço	20.778,59	10.131,49	30.910,09
Caixa de embarque	13.631,49	7.136,91	20.768,40
Caixa de display de produto	45.820,40	17.925,29	63.745,68
Cartela	11.034,54	6.579,06	17.613,60
Cartela com saco	15.450,67	8.771,11	24.221,78
Embalagem de produto	55.191,59	17.925,29	73.116,87
Embalagem - adaptação	16.553,25	17.925,29	34.478,54
Embalagem blister	16.998,95	10.558,25	27.557,20
Embalagem promocional	24.833,52	17.925,29	42.758,81
Luva	12.879,94	9.636,28	22.516,21
Mock-up (sem custo de terceiros)	42.222,82	16.886,80	59.109,62
Rótulo	11.034,54	6.487,30	17.521,84
Vineta de embalagem	9.662,50	5.796,92	15.459,42

REFAÇÃO - ADICIONAL MÍNIMO DE 40%. VALORES EM REAIS





Mídia exterior

• Out of Home e DOOH



MÍDIA EXTERIOR

PEÇA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Busdoor - interno / lateral / traseira	8.559,92	5.901,78	14.461,70
Empena	11.209,31	7.473,36	18.682,67
Envelopamento de ônibus / vagão (metrô/trem)	13.452,34	8.967,75	22.420,09
Envelopamento de prédio / trio elétrico	13.452,34	8.967,75	22.420,09
Faixa de rua	4.215,14	2.725,13	6.940,27
Outdoor (simples/backlight /frontlight)	12.084,67	4.898,24	16.982,92
Painel de estação / plataforma (metrô/trem)	10.623,80	4.306,90	14.930,70
Painel banca de jornal (traseira/lateral)	10.623,80	4.306,90	14.930,70
Placa indicativa de rua	5.126,92	3.762,17	8.889,09
Placa governamental	12.084,67	4.898,24	16.982,92
Sanca / cartaz (ônibus/metrô/trem)	8.559,92	4.539,95	13.099,87
Vídeos digitais para DOOH e OOH 7"10"15"	—	—	17.407,50
Vídeos digitais para DOOH e OOH 30"45"60"	—	—	34.800,36

MOBILIÁRIO URBANO

PEÇA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Painel de abrigo de ônibus	11.350,59	4.306,90	15.657,49
Painel de relógio de rua	11.350,59	4.306,90	15.657,49
Testeira de abrigo de ônibus	8.559,92	4.539,95	13.099,87

MÍDIA INDOOR

(shopping, restaurante, academia, aeroporto, supermercado, elevador, etc)

PEÇA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Adesivação de balcão promocional	6.145,02	4.076,32	10.221,34
Adesivo de chão / de mesa / espelho banheiro	6.145,02	4.076,32	10.221,34
Adesivo de elevador / lateral de escada rolante	6.145,02	4.076,32	10.221,34
Adesivo de vitrine	8.558,46	5.791,47	14.349,94
Banner / cartaz Mall (avenida/corredor shopping)	8.558,46	5.791,47	14.349,94
Cancela de estacionamento	4.949,22	4.455,08	9.404,30
Encosto de cabeça	5.384,72	4.133,50	9.518,23





PDV e Sinalização



Peças Promocionais,
Brindes
Materiais de Apoio



PDV, SINALIZAÇÃO E MATERIAIS DE APOIO

PEÇA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Adesivo perfurado (vidro traseiro)	8.559,92	5.901,78	14.461,70
Backdrop / fundo de palco	6.145,02	4.153,97	10.298,99
Balcão promocional - comunicação visual	11.034,54	6.579,06	17.613,60
Bandeirola (por modelo)	5.125,46	3.759,26	8.884,72
Banner	6.145,02	4.021,42	10.166,44
Caixa / dispenser / urna	2.455,67	2.005,62	4.461,30
Capa de antena	11.034,54	6.579,06	17.613,60
Cavalete	6.145,02	4.021,42	10.166,44
Cubo / Totem	11.034,54	6.579,06	17.613,60
Displays (de chão/de vitrine/de ponta de gôndola)	11.034,54	6.579,06	17.613,60
Envelopamento de frota da empresa	13.452,34	8.967,75	22.420,09
Envelopamento / lona de caminhão	13.452,34	8.967,75	22.420,09
Envelopamento de veículo individual	9.416,17	6.277,08	15.693,25
Faixa de gôndola	5.386,18	4.213,68	9.599,86
Forração de gôndola / bandô	2.455,67	2.005,62	4.461,30
Infláveis (Balão/blimp/réplicas/roof etc)	2.656,68	2.461,50	5.118,18
Móbile	6.145,02	4.021,42	10.166,44
Painel / placa de PDV	5.255,09	4.156,88	9.411,97
Placa de identificação	1.051,60	830,21	1.881,81
Placa de inauguração	5.255,09	4.079,19	9.334,28
Placa ou adesivo para pulpito	2.455,67	2.005,62	4.461,30
Pórtico	4.015,60	3.721,39	7.736,99
Saia de mesa ou de palco	5.125,46	3.759,26	8.884,72
Tapume	6.145,02	2.696,01	8.841,03
Traseira de PDV ou de palco	5.125,46	3.759,26	8.884,72
Vending machine - comunicação visual	6.145,02	2.696,01	8.841,03
Wind Banner (por modelo)	5.125,46	3.759,26	8.884,72
Wobbler / stopper	3.204,33	2.828,54	6.032,87

MATERIAIS DIFERENCIADOS

PEÇA	TOTAL
Fachada de loja	18.682,67
Espaço instagramável	26.420,40

BRINDES E MATERIAIS DE APOIO

PEÇA	criação	finalização	TOTAL
Bandeirinha / estandarte	2.714,94	2.446,93	5.161,86
Baralho / jogo americano	3.574,28	2.846,03	6.420,31
Boné / óculos / pulseira	2.760,09	2.212,44	4.972,53
Botton / imã de geladeira / caixa fósforo / ballão	2.522,68	2.007,08	4.529,76
Camiseta / colete / avental	2.714,94	2.446,94	5.161,88
Chaveiro / pendrive / squeezeer	2.522,68	2.007,08	4.529,76
Copo / bolacha de chopp / guardanapo	2.522,68	2.007,08	4.529,76
Gargaleira	2.263,42	1.699,75	3.963,17
Guarda-sol / toalha	2.714,94	2.446,94	5.161,88
Lápis / caneta / régua / mouse pad	2.141,07	1.875,99	4.017,06
Medalha / troféu / placa de homenagem	2.522,68	2.007,08	4.529,76
Sacola / bolsa	3.242,19	2.009,99	5.252,18
Viseira / bandana / cachecol / gorro / leque	2.336,25	1.814,81	4.151,06
Outros brindes e materiais de apoio - valor mín.	2.141,07	1.875,99	4.017,06
Outros brindes e materiais de apoio - valor máx.	3.574,28	2.846,03	6.420,31

REFAÇÃO - ADICIONAL MÍNIMO DE 40%. VALORES EM REAIS

Materiais Gráficos

Produção Gráfica





MATERIAIS GRÁFICOS

PEÇA	criação	finalização	TOTAL
Adesivos	2.263,42	1.339,99	3.603,41
Agenda (capa + miolo)	4.223,89	2.381,40	6.605,29
Book - capa	4.567,62	3.572,83	8.140,45
Book - miolo (por página)	4.065,12	2.560,55	6.625,67
Bula	6.806,28	5.536,20	12.342,48
Broadside (por lâmina, cada lado)	2.538,70	1.832,29	4.370,99
Caderno (capa + miolo)	6.900,95	4.818,14	11.719,10
Caixa de pizza	2.455,67	2.005,62	4.461,30
Calendário simples	8.814,80	6.992,71	15.807,52
Calendário (por lâmina, cada lado)	4.405,95	3.495,63	7.901,58
Capa de catálogo / caderno / agenda / carnê	4.022,88	3.770,91	7.793,79
CD - capa / label	4.853,09	2.828,54	7.681,63
CD - encarte (por lâmina)	2.537,24	1.605,08	4.142,32
Cardápio - capa	4.022,88	3.770,91	7.793,79
Cardápio - miolo (por página)	3.217,42	3.016,43	6.233,85
Carta / circular	2.409,07	1.957,55	4.366,61
Cartão de natal / cartão-postal	8.479,81	3.893,26	12.373,07
Cartaz / pôster	6.143,56	4.567,62	10.711,18
Cartazete	5.386,18	4.213,68	9.599,86
Cinta / faixa	2.141,07	1.787,14	3.928,21
Convite com envelope	4.218,06	3.709,74	7.927,80
Convite sem envelope	4.015,60	3.507,28	7.522,88
Cupom / crachá / ficha de inscrição	3.374,73	3.202,87	6.577,61
Diploma / certificado	3.572,83	2.461,50	6.034,33
Display de mesa	5.094,88	4.028,71	9.123,59
Encartes diversos (por página)	4.015,60	3.721,39	7.736,99
Etiqueta / tag	2.141,07	1.875,99	4.017,06
Flyer / ingresso / volante	4.015,60	3.721,39	7.736,99
Folder / folheto / catálogo (por página)	2.538,70	2.065,34	4.604,03
Folheto técnico (por página)	2.538,70	2.589,67	5.128,37
Guia / cartilha (capa)	3.652,93	2.860,59	6.513,51
Guia / cartilha - miolo (por página)	2.538,70	2.588,22	5.126,92
Mala direta (por lâmina, cada lado)	4.015,60	3.721,39	7.736,99

REFAÇÃO - ADICIONAL MÍNIMO DE 40%. VALORES EM REAIS



MATERIAIS GRÁFICOS – (Continuação)

PEÇA	criação	finalização	TOTAL
Marcador de página / risque rabisque	2.263,42	1.621,10	3.884,51
Newsletter (por página)	2.538,70	2.588,22	5.126,92
Raspadinha	3.636,91	2.774,65	6.411,56
Rótulo promocional	5.094,88	4.028,71	9.123,59
Saco de Pão	3.242,19	2.009,99	5.252,18
Santinho	2.066,79	1.880,36	3.947,15
Tabela de preços / tabloide de ofertas (por pág.)	2.538,70	2.589,67	5.128,37
Testeira de computador	4.015,60	3.721,39	7.736,99

DIVERSOS

PEÇA	criação	finalização	TOTAL
Mapa localização (mínimo)	3.891,79	2.415,50	6.307,29
Mapa localização (máximo)	5.326,47	3.630,39	8.956,85
Tabela / gráfico (mínimo)	1.214,73	1.423,57	2.638,30
Tabela / gráfico (máximo)	4.027,25	4.841,00	8.868,25

Digitalização de imagem	Valor unitário	499,59
Tratamento de imagem / sistema	Valor por hora de sistema	1.450,68
Vetorização de logotipos	Valor unitário	1.466,71

Print

Formato A3	334,99
Formato A4	164,59

Prova Digital

Formato A3	1.007,91
Formato A4	785,06

Ilustração

Ilustração 2D - Valor por Hora(não inclui personagem/mascote)	1.450,70
Ilustração 3D - Valor por Hora	1.885,90

REFAÇÃO - ADICIONAL MÍNIMO DE 40%. VALORES EM REAIS





PRODUÇÃO MULTIMÍDIA

PRODUÇÃO ELETRÔNICA (CRIAÇÃO/ROTEIRO E TEXTO) – TODOS OS MEIOS		TOTAL
--	--	-------

PEÇAS

Roteiro de peça audiovisual para podcasts, webseries e outros produtos digitais	18.188,94
Roteiro de filme / VT 15" / 30" / 45" / 60"	36.377,83
Texto de Jingle / trilha 30" / 60"	16.362,45
Letreiro / cartela para TV	872,45
Merchandising - texto para TV / rádio	8.176,85
Texto de spot 30" / 60"	8.176,85
Storyboard (por quadro)	681,65
Roteiro para vídeos de internet, redes sociais e dooh	18.188,94

Rádio, TV e Cinema



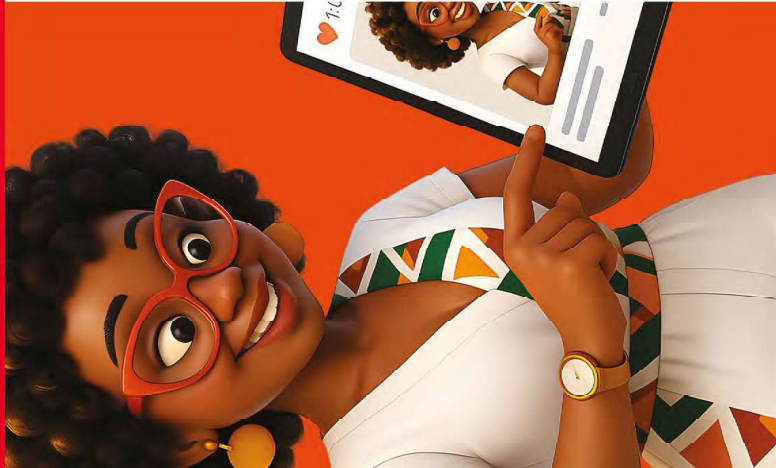
Produção Multimídia





Digital

Comunicação Digital
Produção e Serviços



FORMATOS PUBLICITÁRIOS MAIS UTILIZADOS

PEÇA	DIMENSÕES - PIXEL
Arranha-céu (Skyscraper)	120 X 600
Arranha-céu largo (Wide skyscraper)	160 x 600
Banner	468 x 60
Super banner (Cabeçalho)	728 x 90
Super banner expansível	728 x 90 - 728 x 300
Giga banner (Cabeçalho grande)	970 x 90
Retângulo	180 x 150
Retângulo médio	300 x 250
Retângulo grande	336 x 280
Retângulo vertical	240 x 400
Barra vertical	200 x 446
Quadrado	250 x 250
Quadrado pequeno	200 x 200
Meia página (Half page)	300 x 600
Outdoor (Billboard)	970 x 250
Dhtml / Floater	Variável, até 72.200 pixels de área

REFEÇÃO - ADICIONAL MÍNIMO DE 40%. VALORES EM REAIS



MOBILE

Feature Phones	
Small Banner	120x20
Medium Banner	168x28
Large Banner	216x36
Smart Phones - Web & APPs	
Banner e Banner Expansível	300x50
Wide Banner e Wide Banner Expansível	320x50
Interstitial	300x250

Observação: Formatos padrão IAB e Rede Display Google (GDN). Sujeitos a alteração.

ANÚNCIOS DISPLAY

PEÇA/TIPO	PREÇO REFERÊNCIA	
	ESTÁTICO	ANIMADO
Master (quaisquer dimensões)	4.755,94	5.285,53
Adaptação (quaisquer dimensões)	2.255,10	2.482,46
POR FORMATO		18 FORMATOS GDN*
Replicação (Ajustes de especificações para outros veículos)	648,41	2.905,98

*Considerando horas de motion e replicação completa de uma campanha de display para a Rede Display Google (GDN), 18 formatos.



POSTAGENS

PEÇA/TIPO	criação finalização
Anúncio Redes Sociais (jpg/gifs + texto) - 1 tela (STORIES, REEL'S, POST'S)	4.985,08
Post Carrossel (jpg/gifs + texto)	9.970,15
Cover para Redes Sociais	4.985,08
criação / animação / programação	
Anúncios para Tablet Horizontal ou Vertical	11.101,03
Anúncios para Tablet Horizontal e Vertical	16.650,84

Observações: 1) Adaptações de materiais já criados: 50% do valor original.
2) Os preços de anúncio para tablet incluem animação e programação. Para anúncio estático cobrar 60%.

DIGITAL: BLOG, POST, IGTV E DESTAQUES

PEÇA/TIPO	criação finalização
Card para WhatsApp	5.080,02
Header para Redes Sociais (Facebook, YouTube, Instagram e LinkedIn)	5.080,02
Avatar	5.080,02
Convite Digital (e-mail, WhatsApp ou Redes Sociais)	5.080,02
Wallpaper/Descanso de tela	5.386,18

WEBSITE

PEÇA	criação finalização
Criação de layout de tela/página incluindo estudo de UX. Exemplo: Home, Empresa, Serviços, Galeria de Mídias, Formulário de Contato, Formulário de Orçamento, Notícias, Clientes, Casos de Sucesso, Resultados de busca e telas de painel de Administração.	56.197,46

HOTSITE

PEÇA	criação finalização
Hotsite é tecnicamente a estrutura de seções menor e mais focada à lançamentos de promoções, concursos, eventos, entre outros. Possui um período de vida definido e precisa ter uma estratégia de comunicação bem elaborada, alinhada com a estratégia da campanha.	
Criação de layout de tela/página incluindo estudo de UX. Exemplo: Home, Sobre o Evento, Como Chegar, Agenda, Palestrantes, Patrocinadores, Formulário de Contato, Formulário de Inscrição simples, sem meio de pagamento ou controles integrados e telas de painel de Administração.	30.812,41

*Atualização de conteúdo de Website, Hotsite 40% do valor original

VIDEOS CURTOS, CARTELADOS E REDES SOCIAIS (baixa complexidade)

PEÇA/TIPO	criação finalização
Vídeos digitais para redes sociais, cartelados, mídia indoor* 7"/10"/15"	17.935,00
Vídeos digitais para redes sociais, cartelados, mídia indoor* 30"/ 45"/ 60"	33.997,97
Vinhetas 5" ou 7" (vinheta de abertura e encerramento)	1.298,93

*Sem captação, com ou sem locução, mas utilizando recursos como gifs, animação simples de imagens, motion graphics.
*Adaptação de formato de vídeo já criado, considerar 60% valor original

MOBILE SITE

PEÇA	criação finalização
Criação de layout de tela/página incluindo estudo de UX. Exemplo: Home, Empresa, Serviços, Galeria de Mídias (fotos, vídeos), Formulário de Contato, Formulário de Orçamento, Notícias, Clientes, Casos de Sucesso, Resultados de busca e telas de painel de Administração.	32.026,33

BLOG

PEÇA	criação finalização
O Blog nada mais é que um website com foco em divulgar rapidamente informações de um modo simples e rápido.	
Responsivo com 5 seções: Home, Categoria de conteúdo, Conteúdo, Resultados de Busca e Fale conosco. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Painel de Administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	18.479,91

LANDING PAGE

PEÇA	criação finalização
Página criada exclusivamente como destino de uma campanha. Tem como principal objetivo informar o usuário sobre uma determinada ação, lançamento, promoção com foco em aumentar o engajamento e conversão.	
Criação de layout de página única. Exemplo: Espaço para banners em slider, espaço de blocos de textos, imagens, espaço para vídeos incorporados de ferramenta de terceiros, formulário de captação que envia um e-mail ao administrador.	10.271,71

Observações válidas para Website, Hotsite, Mobile Site, Blog e Landing Page:

- 1) Os preços não incluem produção de conteúdo e ferramentas interativas não especificadas no escopo.
- 2) Os preços não incluem hospedagem, compra de domínio e certificados de segurança, que devem ser orçados à parte.
- 3) Os preços são para criação de layout não incluem programação.

*Atualização de conteúdo de Landing Page 40% do valor original



E-MAIL MARKETING

PEÇA	CRIAÇÃO FINALIZAÇÃO
Criação e produção do HTML Criação de layout – conteúdo produzido a partir de briefing do cliente.	4.838,12

NEWSLETTER/PUBLI EDITORIAL

PEÇA	CRIAÇÃO FINALIZAÇÃO
Criação e produção do HTML Criação de layout – conteúdo especializado produzido pelo cliente.	5.126,92

E-BOOK

PEÇA	CRIAÇÃO FINALIZAÇÃO
Criação e produção de E-book Valor por página	2.538,70

PLANEJAMENTO DIGITAL

SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
Planejamento de Campanha em Canais Digitais Abrange 2 áreas distintas: planejamento estratégico de campanhas digitais e planejamento de mídia para campanhas digitais. Partimos do princípio de que as premissas globais como objetivos, metas, matriz swot e demais componentes de um planejamento estratégico da marca já foram feitos e implementados.	
Planejamento Estratégico de Campanhas em Canais Digitais A partir de briefing padrão com todas as informações referentes a campanha a ser planejada, a equipe de planejamento, em conjunto com as equipes de B1e Mídia, desenvolverão o planejamento estratégico da campanha definindo: métodos de abordagem, personas alvo das ações, jornada do consumidor de acordo com o produto ou serviço objeto da campanha e objetivos a serem atingidos.	53.471,73
Planejamento de Mídia para Campanhas em Canais Digitais A partir de briefing padrão com todas as informações referentes a campanha a ser planejada, somadas as informações do planejamento estratégico da campanha, a equipe de mídia definirá: canais digitais que melhor atendem a estratégia definida, volume de mídia em cada canal, plano de mídia padrão com todo o detalhamento técnico dos canais escolhidos, KPIs, modelos e periodicidade de relatório para o cliente.	36.506,58
Gerenciamento e compra de mídia digital, em operação contínua Atendimento – em nível geral do contrato, responsável por enviar informações e pela operacionalização das demandas pontuais do cliente.	

PLANEJAMENTO DIGITAL – (Continuação)

SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
Plano tático de mídia – elaborado para todo o mix de canais, considerando cronograma de veiculações, orçamento e indicadores de performance.	
Compra de mídia – contato, solicitação de proposta e negociações com veículos de comunicação estabelecidos no planejamento.	
Otimização de campanhas – de acordo com os objetivos definidos no plano versus resultados de performance.	
Status – relatório via e-mail, com os principais resultados de performance da campanha, o resumo das otimizações da semana e as tendências acerca dos KPIs do cliente.	38.997,78

REDES SOCIAIS

SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
Planejamento de Redes Sociais O planejamento de redes sociais inclui definição dos objetivos, tipos de conteúdos, plataformas e canais, recursos a serem utilizados, persona da marca, métricas, definição de ferramentas para análise de desempenho e resultados.	41.201,52

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
Mapeamento de Presença Digital Elaboração de diagnóstico sobre os ambientes digitais empregados pelo cliente para expor sua marca na internet. O mapeamento compreende as seguintes atividades: (até 6 canais) • Identificação, junto com a equipe do cliente, dos principais assuntos tratados, seus públicos e necessidades de comunicação • Análise editorial • Análise da arquitetura de informação. • Análise da presença digital em ferramentas de busca. • Análise da atuação da ativação nas redes sociais. • Identificação do nível de penetração dos ambientes digitais.	27.483,21
Diagnóstico e Matriz Estratégica: Levantamento de informações e análise da presença digital do cliente e de suas temáticas, que subsidiarão a elaboração da sua matriz estratégica e do seu plano de ação digital. O diagnóstico e a elaboração da matriz estratégica compreendem as seguintes atividades: (até 10 canais) • Entrevistas exploratórias presenciais com representantes do cliente para o levantamento de insumos. • Levantamento de públicos, desejos, insumos, potencialidades, fraquezas, oportunidades e ameaças.	27.205,51

SERVICO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
- Benchmarking. - Definição do objetivo da presença digital do cliente e suas temáticas. - Indicação dos canais de atuação. - Desenvolvimento da matriz estratégica, com a consolidação do objetivo da presença digital e suas temáticas. - Proposição do mapa do site, com indicação das áreas específicas do cliente e suas temáticas, quando couber. - Proposição de um plano de ação digital com recomendação de canais. - Proposição conceitual dos indicadores de avaliação de performance estratégica (os indicadores deverão ser reavaliados após a entrega do site, de acordo com os objetivos sazonais do cliente). Indicação de parceiros, recursos, gestores e ferramentas necessárias para o sucesso do projeto.	27.205,51
Diagnóstico de Conteúdo Realização de análise dos conteúdos produzidos pelo cliente, considerando a adequação do tema, do público-alvo e do formato utilizado. O diagnóstico de conteúdo orientará as etapas de macroarquitetura padrão, projeto editorial e produção de conteúdo. O diagnóstico compreende as seguintes atividades: - Mapeamento do conteúdo disponibilizado nos canais de comunicação digital do cliente considerando, quando for o caso, propriedades prioritárias, secundárias e terciárias de sites/portais e redes sociais. - Análise editorial do ambiente de comunicação digital do cliente, considerando: adequação de linguagem (clareza, qualidade de títulos e conteúdos), qualidade geral dos conteúdos, hierarquia de chamadas e conteúdos, organização geral das chamadas e dos conteúdos, aprofundamento de conteúdos, duplicidade ou não de informações, cruzamento de conteúdo, atualização frequente (ou falta de) de conteúdos, otimização e acabamento de conteúdos, acessibilidade. - Análise imagética do ambiente de comunicação digital do cliente. - Análise de vídeos publicados no ambiente de comunicação digital do cliente.	9.426,43
Planejamento de Conteúdo Estabelecer, a partir de briefing de projetos a abordagem a ser dada ao conteúdo, com o objetivo de orientar a produção de conteúdos em ambientes digitais. O planejamento de conteúdo orientará as etapas de macroarquitetura padrão, projeto editorial e produção de conteúdo. O serviço compreende as seguintes atividades: - Definição de temas a serem abordados para o projeto específico. - Levantamento de insumos de conteúdo disponíveis para tratamento do tema. - Definição de linguagem para públicos indicados na etapa de planejamento estratégico. - Indicação, quando couber, de diretrizes editoriais para produção de conteúdos aplicados ao tema (infográficos, edição de vídeos, criação de títulos, tratamento de textos e aplicação de políticas de taggingamento).	14.493,08



SERVICO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
Planejamento de Conteúdo - Elaboração de diretrizes editoriais para criação. - Elaboração de diretrizes editoriais para criação e edição de vídeos; - Elaboração de diretrizes editoriais para criação de títulos, chamadas, tratamento de textos e aplicação de políticas de taggingamento, seguindo os padrões de indexação de conteúdo. - Definição de macro temas e construção de mapa de conteúdos.	14.493,08
Diagnóstico de Saúde Digital de Marca ou Tema: Elaboração de diagnóstico de saúde digital de marca ou tema, incluindo análise da percepção da marca no ambiente digital, redes sociais, blogs, portais e sites especializados, e identificação de influenciadores (detratores, evangelistas etc.), temas mais comentados, oportunidades, ameaças e saúde da marca. A elaboração do diagnóstico deve ter como premissas a análise de período suficiente para encontrar padrões e tendências, a definição de critérios para escolha de fontes e quantidade de blogs, redes, grupos ou portais especializados a serem analisados, e avaliação qualitativa contendo análise política, sociológica e comportamento de consumo.	24.138,40
Gestão da Rede de Influenciadores Digitais: Realização de acompanhamento evolutivo de mapa de influenciadores. A elaboração do relatório de acompanhamento contempla as seguintes atividades: (até 20 influenciadores e até 10 canais digitais). - Acompanhamento de postagens/conteúdos nos ambientes digitais e análise da evolução do relacionamento com influenciadores digitais. - Análise de sentimentos das postagens dos perfis identificados. - Indicação/sugestão de ações de comunicação ou relacionamento ou corretivas por clusters definidos.	44.882,34
MÉTRICAS E AVALIAÇÕES	
Relatório Gerencial Consolidado Elaboração de análise consolidada do desempenho do cliente, para subsidiar a produção de conteúdo e ações interativas. O relatório deve apresentar a análise do desempenho de comunicação digital, com a consolidação das informações mais relevantes, desempenho de redes e de monitoramento de redes sociais em um único documento. A elaboração do relatório compreende as seguintes atividades: - Indicação de assuntos e aspectos relevantes. - Apresentação dos principais números. - Realização de análise de impacto dos conteúdos produzidos e ações.	21.944,00



MÉTRICAS E AVALIAÇÕES – (Continuação)

SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
de comunicação realizadas. • Indicativo, evolução e grau de sentimentalização de tendências, 20.000,00 • Recomendação de oportunidades de atuação. • Apresentação dos principais números. • Realização de análise de impacto dos conteúdos produzidos e ações de comunicação realizadas. • Indicativo, evolução e grau de sentimentalização de tendências. • Recomendação de oportunidades de atuação.”	21.944,00

CONTEÚDO

SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
Criação de Conteúdo: Texto criado a partir de briefing e planejamento estabelecido para canais internos, redes sociais, Tv Corporativa, mesacast, podcast (valor por canal e por campanha).	41.201,47
Gestão de Conteúdo: do órgão/entidade nos resultados obtidos nos mecanismos de busca, de forma a potencializar o atingimento dos objetivos de comunicação junto a públicos de interesse. A ação contempla as seguintes etapas: (Ação de até 30 dias) • Planejamento: Análise do contexto conceitual vinculado à temática da ação, identificação das categorias temáticas, segmentações e palavras-chave vinculadas à ação. Proposição de indicadores de performance para avaliação dos resultados, tais como: quantidade de impressões, cliques, tempo de permanência nas páginas receptivas, tempo de navegação nos conteúdos de propriedade digital. • Acompanhamento: Atividade diária durante a vigência da ação para monitoramento da performance e readequação da estratégia proposta, se for o caso. Avaliação: Análise da performance final da ação e recomendações para ações futuras, (valor por canal e por campanha).	5.486,00

REDES SOCIAIS

SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
Moderação em Redes Sociais: Gerenciamento de perfis em redes sociais, contemplando a identificação, análise e execução de ações tais como: monitoramento, resposta, exclusão etc. As intervenções são pontuais e de rápida execução, sem necessidade de elaboração de projetos ou documentos mais elaborados. A moderação compreende as seguintes atividades: • Acompanhamento dos perfis (horário comercial). • Leitura e classificação (neutra, positiva e negativa) das interações. • Articulação com interlocutores relacionados ao tema para a elaboração e respostas. • Elaboração e postagem de respostas	81.744,03

Informações Adicionais



MODELO DE PRECIFICAÇÃO OPCIONAL

PROJETOS - CUSTOS VARIÁVEIS

Custos referenciais hora-homem para planejamento, criação, com natureza e grau de complexidade diferentes e custos variáveis.

EXEMPLOS:

- Site, mobile site, hotsite, e-commerce, landing page, blog e mobile app.
- Análise de presença, Planejamento de marcas em redes sociais.
- Planejamento de campanhas digitais.
- Produção de conteúdo especializado e multimídia para sites, redes sociais, etc.
- Criação e produção de intervenções diferenciadas.

O orçamento final será baseado em três pilares essenciais:

- 1) Detalhamento claro do escopo de trabalho
- 2) Metodologia para execução e gestão de projeto
- 3) Tecnologia adotada

VALORES REFERENCIAIS DE HORA-HOMEM POR ÁREA

ÁREAS	CUSTO HORA-HOMEM DE	A
1) Planejamento	0,00	719,02
2) Atendimento e Gestão	461,82	576,91
3) Design/Criação	461,82	576,91
4) Produção de Conteúdo (web ou redes sociais)	420,74	500,18
5) Programação	345,29	453,57
6) Edição de vídeo	0,00	649,60

Observação:

Nos casos de veiculação em empresas de tecnologia que não remuneram a agência pelo desconto-padrão, a agência será remunerada pelo cliente pelo mesmo valor em percentagem da proposta de preço ofertada no contrato, respeitando o anexo B do CENP - Conselho Executivo das Normas Padrão.



Informações Adicionais

Este Anexo segue rigorosamente as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão, bem como a legislação da indústria da Propaganda, particularmente a Lei nº 4.680/65, e os Decretos nº 57.690/66 e nº 4.563/02.

Veiculação em Mídias Digitais

Nos casos de veiculação em empresas de tecnologia que não remuneram a agência pelo desconto-padrão, a agência será remunerada pelo cliente pelo mesmo valor em percentagem da proposta de preço ofertada no contrato, respeitando o anexo B do CENP - Conselho Executivo das Normas Padrão.

Trabalho Colaborativo

Este projeto assim como os capítulos de serviços digitais e planejamento tiveram a colaboração do Grupo de Trabalho de Produção Gráfica do Sinapro-SP, o qual é composto por vários profissionais das áreas envolvidas.

Gestão em contas públicas

A agência contratada deverá atentar-se ao artigo 2o. da Lei 12.232/10 que determina que os trabalhos da agência devem ser realizados de forma integrada, ou seja: 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 isso, artes, roteiros, posts e planos de mídia elaborados internamente em departamentos ou secretarias de comunicação de administrações públicas não podem ser produzidos ou veiculados por meio do contrato de publicidade entre o ente público e a agência. Todo trabalho deve estar, necessariamente, a cargo da agência.

Redes Sociais

Para gestão de redes sociais em contas públicas a agência contratada poderá impulsionar somente posts PUBLICITÁRIOS criados por ela. Posts noticiosos e desenvolvidos internamente pelos órgãos públicos devem ser publicados organicamente.

Serviços Internos

Os serviços internos são cobrados conforme os valores estipulados neste documento e devem obedecer ao item 3.6 das Normas-Padrão do CENP. Cada peça deve ser cobrada individualmente, independente de ser a mesma arte.

Serviços Externos

São todos os serviços contratados com terceiros para a execução dos trabalhos dos clientes anunciantes sob supervisão da agência. Os honorários de agência à taxa de 15% (quinze por cento) incidentes sobre os custos dos serviços de terceiros devem seguir o estipulado nos itens 3.6.1 e 3.6.2 das Normas-Padrão do CENP. Os honorários não incidem sobre os serviços internos, impostos, encargos sociais e reembolsos de despesas.

Reembolso de Despesas

Todos os gastos efetuados a serviço do cliente serão previamente autorizados e efetivamente comprovados, sendo debitados pelo preço de custo sem incidência de honorários ou comissões. Exemplos: viagens, diárias, transporte, alimentação, comunicação em geral, fotocópias, etc.

Quando os reembolsos de despesas sofrerem taxa de 15%, este custo deve ser repassado ao cliente.

Serviços não Previstos

A cobrança de serviços não previstos neste documento são de livre acerto entre a agência e o cliente.

Interior do Estado

Este documento é aplicável a todo o Estado de São Paulo. Em face das diferenças econômicas e peculiaridades regionais, as agências de propaganda do interior poderão conceder descontos. Recomendamos desconto máximo de 40%.

Glossário:

Você encontra o glossário no site <https://www.sinaprosp.org.br>





 sinaprosp.org.br/home

 [/SinaproSP](https://www.instagram.com/SinaproSP)

 [/SinaproSP](https://www.facebook.com/SinaproSP)

 [/SinaproSP](https://www.linkedin.com/company/SinaproSP)

Filie sua agência.

 **(11) 3035.0099**

 **(11) 91162.0197**

 atendimento@sinaprosp.org.br

Fale com a Sindy

A **assistente virtual do Sinapro**
está à sua disposição.

Filiado à:



CAMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE - SP

Estudo Técnico Preliminar 2/2025

1. Informações Básicas

Número do processo: 52/2025

2. Descrição da necessidade

A contratação de agência de propaganda tem como finalidade atender à necessidade institucional da Câmara Municipal de São Vicente de comunicar de forma clara, acessível, estratégica e contínua as ações do Poder Legislativo junto à população, promovendo a transparência, o controle social e o fortalecimento da cidadania.

A publicidade institucional é instrumento essencial para informar os munícipes sobre os atos, projetos, serviços e campanhas de interesse público promovidos pela Câmara, permitindo que a sociedade compreenda o papel constitucional do Legislativo, acompanhe a atuação dos seus representantes e participe de forma crítica e consciente das decisões políticas e administrativas.

Foi identificado, com base na execução de contrato anterior e nos relatórios da empresa, que a atual estratégia de comunicação apresenta limitações no alcance e na eficácia das peças publicitárias, resultando em baixo engajamento e percepção reduzida da atuação do Poder Legislativo pela população. Dados como clipping de imprensa, métricas de redes sociais e relatórios de mídia evidenciam a necessidade de modernização da linguagem, diversificação dos canais e qualificação técnica da produção e veiculação do conteúdo institucional.

A contratação de nova agência busca superar essas deficiências, propondo estratégias comunicacionais integradas e adaptadas à realidade local, utilizando meios e formatos contemporâneos, baseados em diagnósticos técnicos, com foco na melhoria da imagem institucional, no fortalecimento da interlocução com os cidadãos e na ampliação do alcance da publicidade pública.

A ausência dessa contratação pode acarretar prejuízos à missão institucional da Câmara Municipal de São Vicente, dificultando a promoção da transparência e comprometendo o dever constitucional de dar publicidade aos atos da Administração. Além disso, compromete o direito dos cidadãos de serem adequadamente informados sobre temas que impactam diretamente suas vidas.

Assim, a contratação é considerada essencial e atende diretamente ao interesse público, devendo ser precedida de planejamento adequado, com definição de objetivos claros, análise de alternativas e previsão de mecanismos de acompanhamento e avaliação dos resultados, conforme exigido pela Lei nº 14.133/2021 e pela Lei nº 12.232/2010.

3. Área requisitante

Área Requisitante	Responsável
Divisão de Comunicação	Salles Tavares Wanderley

4. Descrição dos Requisitos da Contratação

A contratação de agência de propaganda deve atender a requisitos técnicos, operacionais e legais indispensáveis para assegurar a efetiva prestação dos serviços de publicidade institucional da Câmara Municipal de São Vicente, observando-se os seguintes parâmetros:

1. Requisitos Técnicos Essenciais

- A contratada deverá ser agência de propaganda regularmente constituída, conforme definido pela **Lei nº 4.680/1965**, com comprovação de capacidade técnica e operacional compatível com o objeto da contratação, conforme exigido pela **Lei nº 12.232/2010**.
- A prestação dos serviços deverá abranger obrigatoriamente as atividades definidas no art. 2º da **Lei nº 12.232/2010**, excluindo-se serviços de assessoria de imprensa, relações públicas ou eventos festivos.

- A agência deverá dispor de equipe técnica multidisciplinar com comprovada qualificação nas áreas de criação, planejamento, mídia, produção gráfica, digital, audiovisual e atendimento, com comprovação documental conforme exigências do edital e Termo de Referência.
- Os serviços deverão observar os padrões técnicos estabelecidos pelo **CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão**, garantindo a qualidade e a conformidade das peças e campanhas com as normas da atividade publicitária.

2. Qualidade e Eficiência na Prestação dos Serviços

- Os materiais e campanhas deverão seguir os seguintes padrões mínimos de qualidade:
 - Clareza e adequação da linguagem ao público-alvo;
 - Acessibilidade nas peças gráficas e audiovisuais, inclusive com legendas e recursos de inclusão, sempre que aplicável;
 - Utilização de métricas de desempenho e ferramentas de mensuração de resultados (ex.: Google Analytics, Instagram/Facebook Insights, clipping e medição de audiência);
 - Apresentação de relatórios de desempenho das ações executadas.

3. Sustentabilidade

- As campanhas e peças publicitárias deverão observar critérios de sustentabilidade ambiental e responsabilidade social, sendo vedada a produção de materiais impressos em papel não reciclável, salvo justificativa técnica fundamentada.
- A agência deverá adotar práticas que minimizem o uso de materiais poluentes ou descartáveis, priorizando formatos digitais e processos sustentáveis de produção e veiculação.
- Sempre que viável, deverão ser priorizados fornecedores e prestadores de serviço locais, fomentando a economia regional e reduzindo impactos logísticos e ambientais.

4. Obrigações da Contratada

- Executar os serviços mediante solicitações formais da Divisão de Comunicação da Câmara, observando os prazos, quantidades e objetivos definidos.
- Submeter previamente à aprovação do contratante todos os layouts, roteiros e planos de mídia, acompanhados de orçamento com detalhamento técnico e justificativa de custo.
- Realizar, quando solicitado, pesquisas complementares para avaliação de resultados, com base no art. 2º, §1º, inciso I da Lei nº 12.232/2010.
- Cumprir integralmente as normas trabalhistas, previdenciárias, fiscais e comerciais, isentando a Administração de qualquer responsabilidade por encargos decorrentes da execução contratual.

5. Levantamento de Mercado

Nos termos do inciso III do art. 7º da Instrução Normativa SEGES/ME nº 40/2020, combinado com o inciso III do art. 37 da Resolução CMSV nº 1 /2024, o levantamento de mercado visa identificar e analisar as alternativas viáveis para atender à demanda institucional, com base em contratações similares, referências de mercado e diálogo com o setor.

a) Contratações similares em outros órgãos públicos

Foram analisadas contratações recentes de serviços de publicidade institucional promovidas por câmaras municipais com perfil e estrutura administrativa semelhantes à da Câmara Municipal de São Vicente. As referências permitiram avaliar metodologias, critérios de julgamento e valores praticados, conforme segue:

- **Câmara Municipal de Santos (SP)**
 - Modalidade: Concorrência Pública
 - Objeto: Contratação de agência de publicidade
 - Critério: Técnica e preço
 - *Processo nº 1179/2023 – Edital nº 06/2023*
 - Destaque: Estrutura detalhada de julgamento técnico e exigência de plano de comunicação publicitária.

- **Câmara Municipal de Praia Grande (SP)**
 - Modalidade: Concorrência
 - Objeto: Serviços de publicidade institucional e campanhas educativas
 - *Processo nº 1756/2022 – Edital nº 003/2022*
 - Destaque: Valorização de critérios técnicos e definição clara da atuação das subcomissões técnicas.
- **Câmara Municipal de Itanhaém (SP)**
 - Modalidade: Concorrência Pública
 - Objeto: Serviços de publicidade e propaganda institucional
 - *Processo nº 744/2022 – Edital nº 04/2022*
 - Destaque: Exigência de comprovação de capacidade de atendimento técnico, estrutura mínima e portfólio.

Esses certames demonstram uma tendência à adoção de critérios técnicos robustos para avaliação de propostas, em consonância com a Lei nº 12.232/2010, e reforçam a viabilidade da contratação pretendida pela Câmara Municipal de São Vicente.

b) Diagnóstico do mercado fornecedor

Segundo o CENP – Fórum de Autorregulação do Mercado Publicitário, há 1.153 agências certificadas em todo o território nacional, conforme o Relatório Institucional de 2022, disponível no site oficial:
https://www.cenp.com.br/_files/ugd/6d1a55_6b1e774950a349f38ef440dd3b9823e4.pdf

Esses dados evidenciam que o mercado brasileiro possui ampla oferta de agências capacitadas a prestar serviços compatíveis com a demanda da Câmara Municipal, especialmente na região Sudeste.

c) Consulta informal e diálogo com o mercado

Foi promovido diálogo com agências certificadas pelo CENP, atuantes no estado de São Paulo, com o objetivo de coletar contribuições sobre prazos, estrutura, metodologia de trabalho, remuneração, limites de produção e práticas sustentáveis. As informações colhidas auxiliaram na delimitação de requisitos no Termo de Referência e na definição do modelo de julgamento da proposta técnica.

d) Análise da competitividade e flexibilização de requisitos

Na licitação anterior (Processo Eletrônico nº 183/2024), houve baixa competitividade, com apenas uma licitante habilitada. Como medida corretiva, esta contratação foi precedida de análise dos fatores restritivos, resultando na **flexibilização de requisitos não essenciais**, como:

- Redução da quantidade de peças exigidas em portfólios e repertórios;
- Especificação objetiva dos critérios de avaliação técnica;
- Permissão de adaptação da estrutura física exigida, após a contratação.

Conforme previsto neste Estudo Técnico Preliminar e no edital, a estrutura física mínima exigida não será impeditiva para participação, desde que a licitante apresente compromisso formal de adequação no prazo definido. Dessa forma, **qualquer agência de publicidade** regularmente constituída poderá participar do certame, desde que cumpra os **requisitos estabelecidos no item “Requisitos da Contratação” deste ETP** e demais condições do edital.

6. Descrição da solução como um todo

A solução proposta consiste na contratação de agência de publicidade para prestação de serviços técnicos especializados de natureza intelectual, visando ao desenvolvimento de ações de comunicação institucional da Câmara Municipal de São Vicente. A agência contratada será responsável pelo planejamento, criação, execução e veiculação de campanhas e peças publicitárias, nos termos do art. 2º da Lei nº 12.232/2010.

A contratação envolve, de forma integrada, os seguintes componentes:

1. Solução Técnica Adotada

- **Planejamento de Comunicação:** elaboração de estratégias de comunicação adequadas aos objetivos institucionais da Câmara, alinhadas ao interesse público.

- **Criação Publicitária:** desenvolvimento de campanhas, peças e conteúdos em diferentes formatos (impresso, digital, audiovisual, etc.), conforme demanda da Divisão de Comunicação.
- **Produção e Execução Técnica:** execução material dos conteúdos criados, por meio de fornecedores especializados, com responsabilidade da agência quanto à gestão e controle da qualidade.
- **Mídia e Veiculação:** planejamento de mídia e compra de espaços nos meios de comunicação (rádio, TV, internet, jornais), com posterior comprovação de veiculação.
- **Mensuração de Resultados:** acompanhamento dos indicadores de desempenho das campanhas por meio de relatórios analíticos (Google Analytics, redes sociais, clipping, entre outros).

2. Justificativa Técnica da Solução

A natureza complexa e estratégica da comunicação pública institucional exige uma solução que reúna expertise técnica multidisciplinar, agilidade de resposta, capacidade de produção em diversos formatos e domínio de métricas de avaliação. Essas competências, nos termos do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, concentram-se legalmente nas agências de publicidade, não sendo possível sua internalização pela estrutura administrativa da Câmara, que não dispõe de equipe técnica com tal formação especializada.

Além disso, a fragmentação da contratação por itens ou etapas (ex: mídia separada da criação) comprometeria a unidade da estratégia de comunicação, gerando resultados ineficientes e custos administrativos maiores.

3. Justificativa Econômica da Solução

A contratação da agência permite ganhos de escala e racionalização de custos ao concentrar as fases de planejamento, criação e execução em um único contrato. O modelo previsto estabelece:

- Remuneração proporcional aos serviços executados (honorários de 8,2% sobre produção de terceiros e desconto mínimo de 55% na tabela SINAPRO);
- Aproveitamento dos descontos de agência concedidos por veículos de mídia, conforme art. 11 da Lei nº 4.680/65;
- Redução de retrabalho por meio de controle de qualidade e validação prévia das peças pela Divisão de Comunicação;
- Ausência de pagamentos antecipados, conforme item 11.20 do TR, o que preserva o erário.

4. Manutenção e Assistência Técnica

Por se tratar de serviço intelectual, não se aplicam exigências tradicionais de assistência técnica ou manutenção de bens físicos. No entanto, a contratada deverá garantir suporte permanente durante a vigência contratual, com equipe disponível para ajustes, reformulações e atendimento a demandas emergenciais ou replanejamentos solicitados pelo contratante.

A agência deverá manter atualizados seus canais de contato, e disponibilizar equipe técnica para reuniões presenciais e virtuais sempre que demandada pela Divisão de Comunicação ou pelo Fiscal do Contrato.

7. Estimativa das Quantidades a serem Contratadas

A estimativa das quantidades a serem contratadas foi elaborada com base em:

- Série histórica de execução do contrato anterior com a empresa **CIN Comunicação Integrada**, durante o exercício de 2023;
- Levantamento das ações institucionais previstas pela **Divisão de Comunicação da Câmara Municipal de São Vicente** para o exercício de 2025;
- Expectativa de **aumento de demandas relacionadas à transparência legislativa**, como audiências públicas, campanhas de prestação de contas, consulta popular, difusão de leis municipais e campanhas temáticas (educação, saúde, finanças, meio ambiente, entre outros);
- Compromisso da gestão com a ampliação do acesso da população aos atos do Legislativo, mediante linguagem acessível e mídias diversificadas;
- Observância à interdependência com outros contratos de comunicação institucional e assessoria técnica, com o objetivo de evitar sobreposição de atividades e garantir economia de escala.

A seguir, apresenta-se a **tabela de quantitativos estimados**, extraída do Termo de Referência:

Item	Descrição do Serviço	Quantidade Estimada
1	Desenvolvimento de Marca	1 unidade
2	Criação de Campanha	6 campanhas
3	Veiculação de anúncios em jornal	25 inserções
4	Honorários por veiculação de anúncios em jornal	25 lançamentos
5	Produção, criação, roteiro e texto de filme para TV (30s)	6 peças
6	Veiculação de anúncio em TV (30s)	50 inserções
7	Honorários por veiculação de anúncios em TV	50 lançamentos
8	Produção, criação, roteiro e texto de filme para rádio (30s)	6 peças
9	Veiculação de anúncio em rádio (30s)	50 inserções
10	Honorários por veiculação de anúncios em rádio	50 lançamentos

Memória de Cálculo (Qualitativa)

- **Campanhas institucionais recorrentes:** estimativa de 1 campanha bimestral (total de 6 por ano).
- **Anúncios em mídia tradicional** (TV, rádio, jornal): 4 inserções por campanha, com margem para reforço de visibilidade ou ações extraordinárias.
- **Peças audiovisuais:** média de 1 vídeo para TV e 1 spot de rádio por campanha.
- **Marca institucional:** manutenção ou eventual atualização da identidade visual (1 unidade).

Justificativa Técnica e Econômica

A estimativa apresentada considera a execução contratual anterior e as necessidades estratégicas atuais, conforme levantamento da Divisão de Comunicação, equilibrando **previsibilidade, flexibilidade e economicidade**. Os quantitativos não são vinculativos, servindo como **teto para fins licitatórios**, conforme jurisprudência do Tribunal de Contas da União e boas práticas da administração pública.

Os dados que deram suporte à estimativa (solicitações da Divisão de Comunicação, relatórios do contrato anterior, plano de comunicação preliminar e projeções de ações institucionais) foram organizados em anexo específico à peça orçamentária e ao Termo de Referência.

8. Estimativa do Valor da Contratação

Valor (R\$): 848.221,41

A estimativa preliminar do valor da contratação foi elaborada com base em critérios técnicos e referenciais praticados pelo mercado publicitário, em consonância com a legislação vigente, notadamente o art. 7º, inciso VI da Instrução Normativa SEGES/ME nº 40/2020, a Lei nº 14.133/2021, e a Lei nº 12.232/2010.

Para a composição dos custos estimados, foram utilizados:

- **Valores referenciais praticados pelo mercado publicitário**, conforme **Tabela de Valores Internos do SINAPRO/SP** (Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo), vigente para o período de **julho de 2025 a junho de 2026**;
- **Planilha de Estimativa de Orçamento Detalhado**, anexa a este Estudo Técnico Preliminar, contendo os preços unitários dos serviços de criação, produção e veiculação.

A **estimativa total do valor da contratação** é de:

R\$ 848.221,41 (oitocentos e quarenta e oito mil e duzentos e vinte e um reais e quarenta e um centavos)

Este montante contempla os seguintes itens:

- **Serviços de Criação e Execução Interna:** conforme valores indicados na tabela do SINAPRO, aplicando-se o **desconto mínimo de 55%**, conforme exigido pelo Termo de Referência;
- **Serviços de Produção Técnica e Execução de Materiais:** com base em **pesquisa de preços junto a fornecedores**, incluindo coleta de, no mínimo, 03 (três) orçamentos por item, conforme exigência do art. 6º da Lei nº 12.232/2010;

- **Veiculação em mídia paga (rádio, TV, jornal):** calculada com base nas tabelas comerciais dos veículos, aplicando-se os descontos de agência de até **18%**, conforme art. 11 da Lei nº 4.680/65 e Decreto nº 57.690/66.

Memória de Cálculo e Documentos de Suporte

A base de cálculo encontra-se na **Planilha de Estimativa de Orçamento do SINAPRO (anexo)**, composta por:

- Preços unitários estimados por item;
- Incidência dos honorários máximos (8,2%) sobre serviços de terceiros;
- Descontos legais sobre veiculação conforme legislação vigente;
- Incorporação de todos os encargos e tributos necessários à prestação dos serviços, incluindo despesas administrativas, operacionais, logísticas e fiscais.

9. Justificativa para o Parcelamento ou não da Solução

A contratação objeto do presente processo refere-se à **prestação de serviços de publicação de matérias legais em jornal de grande circulação, Diário Oficial do Estado e Diário Oficial da União**, conforme detalhado no Termo de Referência.

De acordo com o que dispõe o §1º do art. 23 da Lei nº 8.666/1993 e a Súmula nº 247 do TCU, o parcelamento do objeto licitado constitui regra, sendo obrigatório justificar sua não adoção. Após análise técnica e econômica da solução, verificou-se que **não é viável o parcelamento** do objeto licitado, pelas seguintes razões:

1. **Natureza integrada e indivisível do serviço:** O objeto consiste na publicação de matérias legais e institucionais em veículos oficiais, com exigência de simultaneidade, padronização de formatos, prazos e requisitos legais. O fracionamento entre diferentes fornecedores comprometeria a padronização, o controle de prazos e a rastreabilidade das publicações.
2. **Economia de escala:** A contratação unificada propicia melhores condições comerciais, como descontos por volume de publicações ou pela fidelização contratual, conforme demonstrado na planilha de estimativa de custos e práticas de mercado analisadas no Estudo Técnico Preliminar.
3. **Gestão contratual mais eficiente:** A centralização da execução contratual em um único fornecedor permite maior controle, evita duplicidade de esforços administrativos e reduz os riscos de inconsistências nas publicações, conforme apontado no Mapa de Riscos da contratação.
4. **Limitação de mercado:** Considerando a especificidade dos veículos de publicação (imprensa oficial e jornal de grande circulação com presença local e nacional), o mercado já é naturalmente restrito, sendo que a divisão do objeto não ampliaria significativamente a competitividade e poderia inclusive dificultar a obtenção de propostas economicamente vantajosas.

Dessa forma, conclui-se que o **parcelamento do objeto não é técnica nem economicamente viável**, e sua adoção acarretaria riscos à eficiência da contratação e à observância dos princípios da economicidade e da efetividade administrativa.

10. Contratações Correlatas e/ou Interdependentes

Após análise da estrutura administrativa da Câmara Municipal de São Vicente e dos contratos atualmente vigentes, **não foram identificadas contratações em curso ou futuras que guardem relação direta de interdependência técnica, funcional ou operacional com o objeto da presente contratação**, qual seja, a **prestação de serviços de publicidade institucional, nos termos da Lei nº 12.232/2010**.

Embora a Câmara mantenha eventuais contratações em áreas como assessoria de imprensa, relações públicas ou produção de eventos, tais atividades **não se confundem nem se sobrepõem ao objeto desta contratação**, tampouco configuram vínculos operacionais ou de execução conjunta. Conforme estabelecido no Termo de Referência e no Estudo Técnico Preliminar, as ações de publicidade previstas concentram-se exclusivamente nas atividades descritas no art. 2º da Lei nº 12.232/2010, sendo vedada a inclusão de objetos estranhos.

Além disso, a **execução do contrato é autônoma**, não dependendo de insumos, resultados ou subsídios de outros contratos existentes. A contratação aqui pretendida contempla o ciclo completo da comunicação publicitária, incluindo planejamento, criação, produção, veiculação e mensuração dos resultados das campanhas, o que assegura sua **completude e independência operacional**.

Portanto, **não há contratações correlatas ou interdependentes**, vigentes ou planejadas, que influenciem a presente demanda. Essa inexistência é aqui registrada em cumprimento ao disposto no inciso VIII e §2º do art. 7º da IN nº 40/2020.

11. Alinhamento entre a Contratação e o Planejamento

A presente contratação está **alinhada ao planejamento institucional da Câmara Municipal de São Vicente**, especialmente no que tange às diretrizes estratégicas de **transparência, fortalecimento da comunicação pública e ampliação do controle social**. A necessidade de contratação de agência de propaganda para execução dos serviços de publicidade institucional encontra **previsão no Plano Anual de Contratações (PAC) do exercício vigente**, conforme registrado no Documento de Formalização da Demanda (DFD) n.º 02/2024 C, constante dos autos do Processo 31/2024 que precede o atual.

Essa contratação integra o conjunto de ações de comunicação previstas para assegurar o cumprimento do **princípio constitucional da publicidade (art. 37, caput, CF/88)**, viabilizando a divulgação de atos, programas, campanhas e ações de interesse coletivo, conforme também fundamentado no Estudo Técnico Preliminar e no Termo de Referência.

A publicidade institucional tem caráter estratégico para o órgão, pois contribui para a **educação cidadã, o engajamento da população nas políticas públicas e a transparência da atuação do Poder Legislativo**, especialmente em contextos de baixa visibilidade institucional ou de necessidade de recomposição da imagem pública.

Assim, a contratação ora proposta está **em conformidade com os objetivos e metas do planejamento administrativo** da Câmara Municipal, com amparo legal, aderência às diretrizes orçamentárias e inserção no planejamento anual de contratações.

12. Benefícios a serem alcançados com a contratação

A contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade institucional visa à obtenção de uma série de **ganhos diretos e indiretos**, que se refletem tanto na **efetividade da comunicação pública**, quanto no **aproveitamento racional dos recursos públicos**, nos seguintes termos:

Ganhos Diretos

- Melhoria da eficácia na comunicação institucional:**
A contratação especializada permite o desenvolvimento de campanhas publicitárias mais bem planejadas, com maior qualidade técnica, linguagem adequada ao público-alvo e maior alcance, contribuindo para o fortalecimento da imagem da Câmara Municipal junto à sociedade.
- Promoção da transparência e do controle social:**
A publicidade dos atos e programas institucionais assegura o direito de informação do cidadão, promovendo o acompanhamento da atuação do Legislativo, em conformidade com os princípios da legalidade e da publicidade (art. 37 da CF/88).
- Maior eficiência na aplicação de recursos:**
Por meio da contratação unificada e da utilização de agências com expertise comprovada, obtêm-se melhores resultados com menor desperdício de recursos, conforme previsto na planilha de custos com base na tabela SINAPRO com desconto de 55%.
- Aprimoramento técnico das campanhas e produtos entregues:**
A especialização da contratada proporciona um padrão elevado de qualidade nas peças produzidas, desde a concepção até a veiculação, com técnicas atualizadas de design, audiovisual e mídias digitais.

Ganhos Indiretos

- Desenvolvimento nacional sustentável:**
Ao contratar empresa certificada nos moldes da Lei nº 12.232/2010, fomenta-se o setor nacional de comunicação, com impacto positivo na cadeia produtiva da publicidade e da economia criativa.
- Aproveitamento mais estratégico dos recursos humanos internos:**
A terceirização das atividades técnicas de publicidade permite que os servidores da Divisão de Comunicação concentrem seus esforços nas atividades institucionais de planejamento e fiscalização contratual, evitando sobrecarga operacional e aumentando a produtividade.
- Redução de riscos operacionais e jurídicos:**
A execução técnica por agência especializada minimiza erros de veiculação, inadequações legais e retrabalhos, garantindo segurança jurídica à Câmara Municipal.

13. Providências a serem Adotadas

Antes da celebração do contrato, a Administração adotará as seguintes providências, visando garantir a regularidade, eficiência e efetividade na execução contratual:

1. **Designação formal de fiscais e gestores contratuais:**

Será emitida portaria específica nomeando os servidores responsáveis pela fiscalização e gestão do contrato, em conformidade com os arts. 117 e 174 da Lei nº 14.133/2021, garantindo que a execução seja acompanhada por agentes devidamente investidos de competência legal.

2. **Capacitação dos servidores designados:**

Os servidores indicados para as funções de fiscalização e gestão contratual serão orientados sobre as particularidades da contratação de serviços de publicidade, observando a legislação específica (Lei nº 12.232/2010) e as boas práticas de acompanhamento da execução técnica, controle de entregas, cumprimento de prazos e aferição de resultados.

3. **Elaboração e apresentação do Plano de Fiscalização:**

Conforme previsto no Termo de Referência, será realizada reunião inicial com a contratada para apresentação formal do plano de fiscalização, com cronograma, metas, mecanismos de controle, critérios de avaliação e procedimentos de comunicação.

4. **Verificação de adequação documental:**

Será exigida, antes da assinatura do contrato, a regularidade fiscal, trabalhista e previdenciária da empresa vencedora, mediante apresentação de certidões válidas, inclusive consulta ao SICAF, conforme item 10.13 e 10.14 do Termo de Referência.

5. **Ajustes nos fluxos internos para recebimento e pagamento:**

A Divisão de Comunicação e a área de contabilidade da Câmara realizarão alinhamento prévio quanto aos procedimentos de aceite de entregas, tramitação de notas fiscais e prazos de pagamento, a fim de evitar atrasos ou inconsistências na execução contratual.

6. **Inclusão no Plano Interno de Acompanhamento Contratual:**

A contratação será incorporada ao planejamento anual de acompanhamento da unidade gestora, sendo monitorada periodicamente quanto à sua conformidade técnica, orçamentária e legal.

14. Possíveis Impactos Ambientais

A contratação em questão refere-se à prestação de serviços de publicidade institucional, por meio de agência de propaganda, abrangendo atividades como **planejamento de campanhas, criação de peças publicitárias, produção audiovisual, e veiculação em mídia impressa, televisiva, radiofônica e digital**, conforme especificado no Termo de Referência e no Estudo Técnico Preliminar.

Trata-se, portanto, de **serviço de natureza intelectual, sem envolvimento de atividade produtiva industrial, geração de resíduos sólidos significativos, uso de recursos naturais em larga escala ou emissão de poluentes atmosféricos, hídricos ou sonoros**. Assim, os **possíveis impactos ambientais são mínimos ou inexistentes**, especialmente quando observadas boas práticas na execução contratual.

No entanto, por cautela, identificam-se **impactos ambientais pontuais e indiretos** relacionados principalmente ao uso de recursos físicos nos seguintes aspectos:

1. Veiculação em mídia impressa (jornais)

- **Impacto potencial:** Consumo de papel e tinta no processo de impressão de anúncios em veículos impressos.
- **Medida mitigadora:** Priorizar, sempre que possível, veículos que adotem políticas de sustentabilidade certificada, como uso de papel reciclado, tintas ecológicas e logística reversa.

2. Produção de materiais audiovisuais e deslocamentos

- **Impacto potencial:** Geração de resíduos audiovisuais, consumo de energia elétrica e emissões por deslocamento de equipes técnicas para gravações externas.
- **Medida mitigadora:** Estimular a contratada a adotar boas práticas como:
 - Uso de equipamentos energeticamente eficientes;
 - Redução de deslocamentos por meio de gravações locais ou remotas;
 - Digitalização e armazenamento virtual de conteúdos e materiais.

3. Contratação de serviços digitais (mídia programática, redes sociais)

- **Impacto potencial:** Consumo de energia em servidores e data centers.

- **Medida mitigadora:** Priorizar plataformas com políticas públicas de compensação de carbono e eficiência energética.

Conclusão

Embora a natureza da contratação não configure risco ambiental significativo, a Administração pública reforça o compromisso com os princípios do desenvolvimento nacional sustentável (art. 5º, Lei 14.133/2021), recomendando à contratada a **adoção de práticas ambientalmente responsáveis**, sempre que tecnicamente viável e sem prejuízo à execução contratual.

15. Declaração de Viabilidade

Esta equipe de planejamento declara **viável** esta contratação.

15.1. Justificativa da Viabilidade

Com base na análise dos elementos constantes no Estudo Técnico Preliminar, na planilha de estimativa orçamentária, no Mapa de Gerenciamento de Riscos e no Termo de Referência, declara-se que a **contratação é viável e razoável**, do ponto de vista técnico, econômico, jurídico e operacional.

Justificativas para a Viabilidade da Contratação:

1. Necessidade institucional comprovada

A contratação visa atender à necessidade permanente da Câmara Municipal de São Vicente de dar publicidade aos seus atos e campanhas institucionais, promovendo a transparência, a cidadania e o controle social, conforme previsto na Constituição Federal (art. 37) e na Lei nº 12.232/2010.

2. Viabilidade técnica da execução

Os serviços são compatíveis com a realidade operacional da Câmara, podendo ser prestados por empresas com expertise no setor de propaganda institucional, conforme previsto nos itens do Termo de Referência. As soluções propostas seguem padrões reconhecidos no mercado e têm cobertura orçamentária.

3. Compatibilidade com os recursos orçamentários e valores de mercado

A estimativa orçamentária foi elaborada com base em preços praticados conforme a Tabela do SINAPRO, com aplicação de descontos exigidos pela legislação vigente, demonstrando economicidade e compatibilidade com o orçamento da Câmara.

4. Riscos mapeados e mitigáveis

O Mapa de Riscos identificou potenciais ameaças em todas as fases do ciclo contratual, com impactos considerados médios ou baixos e com respectivas medidas preventivas e de contingência definidas.

5. Atendimento aos requisitos legais e regulamentares

A contratação respeita os princípios e normas das Leis nº 14.133/2021 e nº 12.232/2010, bem como a regulamentação interna da Câmara (Resolução nº 1/2024), estando instruída com os documentos obrigatórios e prevista no Plano Anual de Contratações.

Conclusão

Diante dos fundamentos técnicos, legais, econômicos e operacionais levantados durante os estudos preliminares e planejamento da contratação, **declara-se a contratação como plenamente viável, razoável e necessária**, atendendo ao interesse público e aos princípios constitucionais da Administração Pública.

16. Responsáveis

Todas as assinaturas eletrônicas seguem o horário oficial de Brasília e fundamentam-se no §3º do Art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).

Despacho: Despacho como Chefe da Divisão de Comunicação, dando continuidade à solicitação de publicidade iniciada no Proc. nº 183/2024, atual Proc. nº 52/2025, para regular tramitação.

SALLES TAVARES WANDERLEY

Chefe de Divisão de Comunicação



Assinou eletronicamente em 05/09/2025 às 14:39:08.

Lista de Anexos

Atenção: Apenas arquivos nos formatos ".pdf", ".txt", ".jpg", ".jpeg", ".gif" e ".png" enumerados abaixo são anexados diretamente a este documento.

- Anexo I - Tabela SINAPRO - Válida a partir de julho 2025.pdf (7.28 MB)



PLANILHA DE ESTIMATIVA DE ORÇAMENTO

Item	Serviços inclusos no item	Quantidade	VL. REF. SINAPRO	SERVIÇO/ESCOPO REF. SINAPRO - VIG. JULHO 2025	* Valor Unitário	Valor Total
1	Desenvolvimento de Marca	1	R\$ 36.506,58	Planejamento de Mídia para Campanhas em Canais Digitais	R\$ 16.427,96	R\$ 16.427,96
2	Criação de Campanha	6	R\$ 50.884,69	Criação de tema / conceito de Campanha (key visual)	R\$ 22.898,11	R\$ 137.388,66
3	Veiculação de anúncios em jornal	25	R\$ 8.201,62	Anúncio Jornal - Valor Mínimo Total (v)	R\$ 3.690,72	R\$ 92.268,22
4	Honorários por veiculação de anúncios em jornal	25		Serviços Externos (v * 8,20%)	R\$ 302,63	R\$ 7.565,75
SUBTOTAL						R\$ 253.650,59
5	Produção, criação, roteiro e texto de filme TV 30"	6	R\$ 36.377,83	Produção Multimídia - Roteiro de filme/VT 15"/ 30"/ 45"/ 60	R\$ 16.370,02	R\$ 98.220,14
6	Veiculação de anúncio TV - 30"	50	R\$ 8.176,85	Merchandising - texto para TV / rádio (v)	R\$ 3.679,58	R\$ 183.979,00
7	Honorários por veiculação de anúncios em TV	50		Serviços Externos (v * 8,20%)	R\$ 301,72	R\$ 15.086,27
SUBTOTAL						R\$ 297.285,41
8	Produção, criação, roteiro e texto de Filme rádio 30"	6	R\$ 36.377,83	Produção Multimídia - Roteiro de filme/VT 15"/ 30"/ 45"/ 60	R\$ 16.370,02	R\$ 98.220,14
9	Veiculação de anúncio Rádio 30"	50	R\$ 8.176,85	Merchandising - texto para TV / rádio (v)	R\$ 3.679,58	R\$ 183.979,12
10	Honorários por veiculação de anúncios em rádio	50		Serviços Externos (v * 8,20%)	R\$ 301,72	R\$ 15.086,00
SUBTOTAL						R\$ 297.285,41
TOTAL						R\$ 848.221,41

* Valor Unitário conforme consta no TR - Termo de Referência:

11.1.3 Pelos serviços de criação e execução interna, a CONTRATADA receberá o valor correspondente indicado na Tabela de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, então em vigor, com um desconto de 55% (cinquenta e cinco por cento).

* Valor dos Honorários conforme consta no TR - Termo de Referência:

11.1.1 Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada por honorários de 8,20% (oito e vinte por cento), incidentes sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material. Observação: Considerar cálculo após a aplicação do desconto previsto de 55%.

* Tabela de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo vigente a partir de JULHO/2025

MINUTA DE TERMO DE CONTRATO
Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021
Serviços sem dedicação exclusiva de mão de obra - Contratação direta



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE

(Processo Administrativo nº 48/2024)

CONTRATO ADMINISTRATIVO Nº **/2024, QUE FAZEM
ENTRE SI A CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO VICENTE

.....

A Câmara Municipal de São Vicente, com sede no(a) Rua Jacob Emmerich 1.195, na cidade de São Vicente/Estado SP, inscrito(a) no CNPJ sob o nº 49.956.600/0001-17, neste ato representado(a) pelo(a) Presidente Adoilson Ferreira dos Santos, doravante denominado CONTRATANTE, e o(a) inscrito(a) no CNPJ/MF sob o nº, sediado(a), em doravante designado CONTRATADO, neste ato representado(a) por, conforme atos constitutivos da empresa **OU** procuração apresentada nos autos, tendo em vista a autorização do Presidente que consta no Processo nº 48/2024 e em observância às disposições da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, e demais legislação aplicável, resolvem celebrar o presente Termo de Contrato, decorrente da Concorrência 1/2024, mediante as cláusulas e condições a seguir enunciadas.

1. CLÁUSULA PRIMEIRA – OBJETO (art. 92, I e II)

1.0. O objeto do presente instrumento é a contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de publicidade para a Câmara Municipal de São Vicente, nas condições estabelecidas no Termo de Referência.

1.1. Objeto da contratação:

ITEM	ESPECIFICAÇÃO	QTD	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
1	Planejamento de Mídia para Campanhas em Canais Digitais	1	R\$ 16.427,96	R\$ 16.427,96
2	Criação de tema / conceito de Campanha (key visual)	6	R\$ 22.898,11	R\$ 137.388,66
3	Anúncio Jornal - Valor Mínimo Total (v)	25	R\$ 3.690,72	R\$ 92.268,22
4	Serviços Externos (v * 8.20%)	25	R\$ 302,63	R\$ 7.565,75

5	Produção Multimídia - Roteiro de filme/VT 15"/ 30"/ 45"/ 60	6	R\$ 16.370,02	R\$ 98.220,14
6	Merchandising - texto para TV / rádio (v)	50	R\$ 3.679,58	R\$ 183.979,00
7	Serviços Externos (v * 8.20%)	50	R\$ 301,72	R\$ 15.086,27
8	Produção Multimídia - Roteiro de filme/VT 15"/ 30"/ 45"/ 60	6	R\$ 16.370,02	R\$ 98.220,14
9	Merchandising - texto para TV / rádio (v)	50	R\$ 3.679,58	R\$ 183.979,00
10	Serviços Externos (v * 8.20%)	50	R\$ 301,72	R\$ 15.086,27
TOTAL GLOBAL			R\$ 848.221,41	

1.2. Vinculam esta contratação, independentemente de transcrição:

1.2.1. O Termo de Referência;

1.2.2. O Edital da Licitação;

1.2.3. A Proposta do contratado; e

1.2.4. Eventuais anexos dos documentos supracitados.

2. CLÁUSULA SEGUNDA – VIGÊNCIA E PRORROGAÇÃO

2.1. O prazo de vigência da contratação é de 12 meses contados do(a) Autorização de Serviço, prorrogável por até 10 anos, na forma dos artigos 107 da Lei nº 14.133, de 2021.

2.2. A prorrogação de que trata este item é condicionada ao ateste, pela autoridade competente, de que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, permitida a negociação com o contratado, atentando, ainda, para o cumprimento dos seguintes requisitos:

- a) Estar formalmente demonstrado no processo que a forma de prestação dos serviços tem natureza continuada;
- b) Seja juntado relatório que discorra sobre a execução do contrato, com informações de que os serviços tenham sido prestados regularmente;
- c) Seja juntada justificativa e motivo, por escrito, de que a Administração mantém interesse na realização do serviço;
- d) Haja manifestação expressa do contratado informando o interesse na prorrogação;
- e) Seja comprovado que o contratado mantém as condições iniciais de habilitação.

2.3. O contratado não tem direito subjetivo à prorrogação contratual.

2.4. A prorrogação de contrato deverá ser promovida mediante celebração de termo aditivo.

2.5. Nas eventuais prorrogações contratuais, os custos não renováveis já pagos ou amortizados ao longo do primeiro período de vigência da contratação deverão ser reduzidos ou eliminados como condição para a renovação.

2.6. O contrato não poderá ser prorrogado quando o contratado tiver sido penalizado nas sanções de declaração de inidoneidade ou impedimento de licitar e contratar com poder público, observadas as abrangências de aplicação.

3. CLÁUSULA TERCEIRA – MODELOS DE EXECUÇÃO E GESTÃO CONTRATUAIS (art. 92, IV, VII e XVIII)

3.1. O regime de execução contratual, os modelos de gestão e de execução, assim como os prazos e condições de conclusão, entrega, observação e recebimento do objeto constam no Termo de Referência.

MATRIZ DE RISCO:

3.1.1. Constituem riscos a serem suportados pelo Contratante:

3.1.1.1. Não assinatura de contrato e/ou não início dos serviços no prazo estipulado, desde que causado pela Contratante, devidamente comprovado.

3.1.1.2. Falta de pessoal técnico na fiscalização do contrato, levando a atraso na emissão do termo de recebimento.

3.1.2. Constituem riscos a serem suportados pelo Contratado:

3.1.2.1. Entrega de nota fiscal fora do prazo.

3.1.2.2. Decretação de recuperação judicial da Contratada.

3.1.2.3. Ausência de certidões válidas da Contratada

4. CLÁUSULA QUARTA – SUBCONTRATAÇÃO

4.1. Não será admitida a subcontratação do objeto contratual.

5. CLÁUSULA QUINTA - PREÇO

5.1. O valor total da contratação é de R\$.

5.2. No valor acima estão incluídas todas as despesas ordinárias diretas e indiretas decorrentes da execução do objeto, inclusive tributos e/ou impostos, encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais incidentes, taxa de administração, frete, seguro e outros necessários ao cumprimento integral do objeto da contratação.

6. CLÁUSULA SEXTA - PAGAMENTO (art. 92, V e VI)

6.1. O prazo para pagamento ao contratado e demais condições a ele referentes encontram-se definidos no Termo de Referência.

7. CLÁUSULA SÉTIMA - REAJUSTE (art. 92, V)

7.1. Os preços inicialmente contratados são fixos e irrevogáveis no prazo de um ano contado da data do orçamento estimado, em 15/07/2024.

7.2. Após o interregno de um ano, e independentemente de pedido do contratado, os preços iniciais serão reajustados, mediante a aplicação, pelo contratante, do índice da tabela SINAPRO, exclusivamente para as obrigações iniciadas e concluídas após a ocorrência da anualidade.

7.3. Nos reajustes subsequentes ao primeiro, o interregno mínimo de um ano será contado a partir dos efeitos financeiros do último reajuste.

7.4. No caso de atraso ou não divulgação do(s) índice (s) de reajustamento, o contratante pagará ao contratado a importância calculada pela última variação conhecida, liquidando a diferença correspondente tão logo seja(m) divulgado(s) o(s) índice(s) definitivo(s).

7.5. Nas aferições finais, o(s) índice(s) utilizado(s) para reajuste será(ão), obrigatoriamente, o(s) definitivo(s).

7.6. Caso o(s) índice(s) estabelecido(s) para reajustamento venha(m) a ser extinto(s) ou de qualquer forma não possa(m) mais ser utilizado(s), será(ão) adotado(s), em substituição, o(s) que vier(em) a ser determinado(s) pela legislação então em vigor.

7.7. Na ausência de previsão legal quanto ao índice substituto, as partes elegerão novo índice oficial, para reajustamento do preço do valor remanescente, por meio de termo aditivo.

7.8. O reajuste será realizado por apostilamento.

8. CLÁUSULA OITAVA - OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE (art. 92, X, XI e XIV)

8.1. São obrigações do Contratante:

8.2. Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pelo Contratado, de acordo com o contrato e documentos a ele vinculados nos termos da cláusula 1.2.;

8.3. Receber o objeto no prazo e condições estabelecidas no Termo de Referência;

8.4. Notificar o Contratado, por escrito, sobre vícios, defeitos ou incorreções verificadas no objeto fornecido, para que seja por ele substituído, reparado ou corrigido, no total ou em parte, às suas expensas;

8.5. Acompanhar e fiscalizar a execução do contrato e o cumprimento das obrigações pelo Contratado;

8.6. Comunicar a empresa para emissão de Nota Fiscal no que pertine à parcela incontroversa da execução do objeto, para efeito de liquidação e pagamento, quando houver controvérsia sobre a execução do objeto, quanto à dimensão, qualidade e quantidade, conforme o art. 143 da Lei nº 14.133, de 2021;

8.7. Efetuar o pagamento ao Contratado do valor correspondente à execução do objeto, no prazo, forma e condições estabelecidos no presente Contrato e no Termo de Referência;

8.8. Aplicar ao Contratado as sanções previstas na lei e neste Contrato;

8.9. Cientificar o órgão de representação judicial da Advocacia-Geral da União para adoção das medidas cabíveis quando do descumprimento de obrigações pelo Contratado;

8.10. Explicitamente emitir decisão sobre todas as solicitações e reclamações relacionadas à execução do presente Contrato, ressalvados os requerimentos manifestamente impertinentes, meramente protelatórios ou de nenhum interesse para a boa execução do ajuste.

8.10.1. A Administração terá o prazo de 30 dias, a contar da data do protocolo do requerimento para decidir, admitida a prorrogação motivada, por igual período.

8.11. Responder eventuais pedidos de reestabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro feitos pelo contratado no prazo máximo de 30 dias.

8.12. Comunicar o Contratado na hipótese de posterior alteração do projeto pelo Contratante, no caso do art. 93, §2º, da Lei nº 14.133, de 2021.

8.13. A Administração não responderá por quaisquer compromissos assumidos pelo Contratado com terceiros, ainda que vinculados à execução do contrato, bem como por qualquer dano causado a terceiros em decorrência de ato do Contratado, de seus empregados, prepostos ou subordinados.

9. CLÁUSULA NONA - OBRIGAÇÕES DO CONTRATADO (art. 92, XIV, XVI e XVII)

9.1. O Contratado deve cumprir todas as obrigações constantes deste Contrato e de documentos a ele vinculados nos termos da cláusula 1.2., assumindo como exclusivamente seus os riscos e as despesas decorrentes da boa e perfeita execução do objeto, observando, ainda, as obrigações a seguir dispostas:

9.2. Manter preposto aceito pela Administração no local do serviço para representá-lo na execução do contrato.

9.2.1. A indicação ou a manutenção do preposto da empresa poderá ser recusada pelo órgão ou entidade, desde que devidamente justificada, devendo a empresa designar outro para o exercício da atividade.

9.3. Atender às determinações regulares emitidas pelo fiscal do contrato ou autoridade superior (art. 137, II) e prestar todo esclarecimento ou informação por eles solicitados;

9.4. Alocar os empregados necessários ao perfeito cumprimento das cláusulas deste contrato, com habilitação e conhecimento adequados, fornecendo os materiais, equipamentos, ferramentas e utensílios demandados, cuja quantidade, qualidade e tecnologia deverão atender às recomendações de boa técnica e a legislação de regência;

9.5. Reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, às suas expensas, no total ou em parte, no prazo fixado pelo fiscal do contrato, os serviços nos quais se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou dos materiais empregados;

9.6. Responsabilizar-se pelos vícios e danos decorrentes da execução do objeto, de acordo com o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 1990), bem como por todo e qualquer dano causado à Administração ou terceiros, não reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento da execução contratual pelo Contratante, que ficará autorizado a descontar dos pagamentos devidos ou da garantia, caso exigida no edital, o valor correspondente aos danos sofridos;

9.7. Não contratar, durante a vigência do contrato, cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, de dirigente do contratante ou do fiscal ou gestor do contrato, nos termos do artigo 48, parágrafo único, da Lei nº 14.133, de 2021;

9.8. Quando não for possível a verificação da regularidade no Sistema de Cadastro de Fornecedores – SICAF, o contratado deverá entregar ao setor responsável pela fiscalização do contrato, até o dia trinta do mês seguinte ao da prestação dos serviços, os seguintes documentos: 1) prova de regularidade relativa à Seguridade Social; 2) certidão conjunta relativa aos tributos federais e à Dívida Ativa da União; 3) certidões que comprovem a regularidade perante a Fazenda Municipal ou Distrital do domicílio ou sede do contratado; 4) Certidão de Regularidade do FGTS – CRF; e 5) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT;

9.9. Responsabilizar-se pelo cumprimento das obrigações previstas em Acordo, Convenção, Dissídio Coletivo de Trabalho ou equivalentes das categorias abrangidas pelo contrato, por todas as obrigações trabalhistas, sociais, previdenciárias, tributárias e as demais previstas em legislação específica, cuja inadimplência não transfere a responsabilidade ao Contratante;

9.10. Comunicar ao Fiscal do contrato, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas, qualquer ocorrência anormal ou acidente que se verifique no local dos serviços.

9.11. Prestar todo esclarecimento ou informação solicitada pelo Contratante ou por seus prepostos, garantindo-lhes o acesso, a qualquer tempo, ao local dos trabalhos, bem como aos documentos relativos à execução do empreendimento.

9.12. Paralisar, por determinação do Contratante, qualquer atividade que não esteja sendo executada de acordo com a boa técnica ou que ponha em risco a segurança de pessoas ou bens de terceiros.

9.13. Submeter previamente, por escrito, ao Contratante, para análise e aprovação, quaisquer mudanças nos métodos executivos que fujam às especificações do memorial descritivo ou instrumento congênere.

9.14. Não permitir a utilização de qualquer trabalho do menor de dezesseis anos, exceto na condição de aprendiz para os maiores de quatorze anos, nem permitir a utilização do trabalho do menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre;

9.15. Manter durante toda a vigência do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições exigidas para qualificação na contratação direta;

9.16. Cumprir, durante todo o período de execução do contrato, a reserva de cargos prevista em lei para pessoa com deficiência, para reabilitado da Previdência Social ou para aprendiz, bem como as reservas de cargos previstas na legislação (art. 116);

9.17. Comprovar a reserva de cargos a que se refere a cláusula acima, no prazo fixado pelo fiscal do contrato, com a indicação dos empregados que preencheram as referidas vagas (art. 116, parágrafo único);

9.18. Guardar sigilo sobre todas as informações obtidas em decorrência do cumprimento do contrato;

9.19. Arcar com o ônus decorrente de eventual equívoco no dimensionamento dos quantitativos de sua proposta, inclusive quanto aos custos variáveis decorrentes de fatores futuros e incertos, devendo complementá-los, caso o previsto inicialmente em sua proposta não seja satisfatório para o atendimento do objeto da contratação, exceto quando ocorrer algum dos eventos arrolados no art. 124, II, d, da Lei nº 14.133, de 2021;

9.20. Cumprir, além dos postulados legais vigentes de âmbito federal, estadual ou municipal, as normas de segurança do Contratante;

10. CLÁUSULA DÉCIMA- OBRIGAÇÕES PERTINENTES À LGPD

10.1. As partes deverão cumprir a Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 (LGPD), quanto a todos os dados pessoais a que tenham acesso em razão do certame ou do contrato administrativo que eventualmente venha a ser firmado, a partir da apresentação da proposta no procedimento de contratação, independentemente de declaração ou de aceitação expressa.

10.2. Os dados obtidos somente poderão ser utilizados para as finalidades que justificaram seu acesso e de acordo com a boa-fé e com os princípios do art. 6º da LGPD.

10.3. É vedado o compartilhamento com terceiros dos dados obtidos fora das hipóteses permitidas em Lei.

10.4. A Administração deverá ser informada no prazo de 5 (cinco) dias úteis sobre todos os contratos de suboperação firmados ou que venham a ser celebrados pelo Contratado.

10.5. Terminado o tratamento dos dados nos termos do art. 15 da LGPD, é dever do contratado eliminá-los, com exceção das hipóteses do art. 16 da LGPD, incluindo aquelas em que houver necessidade de guarda de documentação para fins de comprovação do cumprimento de obrigações legais ou contratuais e somente enquanto não prescritas essas obrigações.

10.6. É dever do contratado orientar e treinar seus empregados sobre os deveres, requisitos e responsabilidades decorrentes da LGPD.

10.7. O Contratado deverá prestar, no prazo fixado pelo Contratante, prorrogável justificadamente, quaisquer informações acerca dos dados pessoais para cumprimento da LGPD, inclusive quanto a eventual descarte realizado.

10.8. Bancos de dados formados a partir de contratos administrativos, notadamente aqueles que se proponham a armazenar dados pessoais, devem ser mantidos em ambiente virtual controlado, com registro individual rastreável de tratamentos realizados (LGPD, art. 37), com cada acesso, data, horário e registro da finalidade, para efeito de responsabilização, em caso de eventuais omissões, desvios ou abusos.

10.8.1. Os referidos bancos de dados devem ser desenvolvidos em formato interoperável, a fim de garantir a reutilização desses dados pela Administração nas hipóteses previstas na LGPD.

10.9. O contrato está sujeito a ser alterado nos procedimentos pertinentes ao tratamento de dados pessoais, quando indicado pela autoridade competente, em especial a ANPD por meio de opiniões técnicas ou recomendações, editadas na forma da LGPD.

10.10. Os contratos e convênios de que trata o § 1º do art. 26 da LGPD deverão ser comunicados à autoridade nacional.

11. CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – GARANTIA DE EXECUÇÃO (art. 92, XII)

11.1. Não haverá exigência de garantia contratual da execução.

12. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – INFRAÇÕES E SANÇÕES ADMINISTRATIVAS (art. 92, XIV)

12.1. Comete infração administrativa, nos termos da Lei nº 14.133, de 2021, o contratado que:

- a) der causa à inexecução parcial do contrato;
- b) der causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração ou ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;
- c) der causa à inexecução total do contrato;
- d) ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da contratação sem motivo justificado;
- e) apresentar documentação falsa ou prestar declaração falsa durante a execução do contrato;
- f) praticar ato fraudulento na execução do contrato;
- g) comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;
- h) praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

12.2. Serão aplicadas ao contratado que incorrer nas infrações acima descritas as seguintes sanções:

- i) **Advertência**, quando o contratado der causa à inexecução parcial do contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §2º, da Lei nº 14.133, de 2021);
- ii) **Impedimento de licitar e contratar**, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “b”, “c” e “d” do subitem acima deste Contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, § 4º, da Lei nº 14.133, de 2021);

iii) **Declaração de inidoneidade para licitar e contratar**, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “e”, “f”, “g” e “h” do subitem acima deste Contrato, bem como nas alíneas “b”, “c” e “d”, que justifiquem a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §5º, da Lei nº 14.133, de 2021).

iv) **Multa:**

- (1) Moratória de 0,5% (meio por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 30 (trinta) dias;
- (2) Moratória de 0,07% (sete centésimos por cento) do valor total do contrato por dia de atraso injustificado, até o máximo de 2% (dois por cento), pela inobservância do prazo fixado para apresentação, suplementação ou reposição da garantia.
 - a. O atraso superior a 30 dias autoriza a Administração a promover a extinção do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõe o inciso I do art. 137 da Lei n. 14.133, de 2021.
- (3) Compensatória, para as infrações descritas nas alíneas “e” a “h” do subitem 12.1, de 10% a 30% do valor do Contrato.
- (4) Compensatória, para a inexecução total do contrato prevista na alínea “c” do subitem 12.1, de 5% a 20% do valor do Contrato.
- (5) Para infração descrita na alínea “b” do subitem 12.1, a multa será de 10% a 30% do valor do Contrato.
- (6) Para infrações descritas na alínea “d” do subitem 12.1, a multa será de 5% a 20% do valor do Contrato.
- (7) Para a infração descrita na alínea “a” do subitem 12.1, a multa será de 10% a 20% do valor do Contrato.

12.3. A aplicação das sanções previstas neste Contrato não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado ao Contratante (art. 156, §9º, da Lei nº 14.133, de 2021).

12.4. Todas as sanções previstas neste Contrato poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa (art. 156, §7º, da Lei nº 14.133, de 2021).

12.4.1. Antes da aplicação da multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação (art. 157, da Lei nº 14.133, de 2021).

12.4.2. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo Contratante ao Contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente (art. 156, §8º, da Lei nº 14.133, de 2021).

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

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

12.6. Na aplicação das sanções serão considerados (art. 156, §1º, da Lei nº 14.133, de 2021):

- a) a natureza e a gravidade da infração cometida;
- b) as peculiaridades do caso concreto;
- c) as circunstâncias agravantes ou atenuantes;
- d) os danos que dela provierem para o Contratante;
- e) a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

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

12.8. A personalidade jurídica do Contratado poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos neste Contrato ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com o Contratado, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia (art. 160, da Lei nº 14.133, de 2021)

12.9. O Contratante deverá, no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de aplicação da sanção, informar e manter atualizados os dados relativos às sanções por ela aplicadas, para fins de publicidade no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (Ceis) e no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep), instituídos no âmbito do Poder Executivo Federal. (Art. 161, da Lei nº 14.133, de 2021)

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

12.11. Os débitos do contratado para com a Administração contratante, resultantes de multa administrativa e/ou indenizações, não inscritos em dívida ativa, poderão ser compensados, total ou parcialmente, com os créditos devidos pelo referido órgão decorrentes deste mesmo contrato ou de outros contratos administrativos que o contratado possua com o mesmo órgão ora contratante, na forma da Instrução Normativa SEGES/ME nº 26, de 13 de abril de 2022.

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

13.1. O contrato será extinto quando vencido o prazo nele estipulado, independentemente de terem sido cumpridas ou não as obrigações de ambas as partes contraentes.

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

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

13.4. O contrato poderá ser extinto antes de cumpridas as obrigações nele estipuladas, ou antes do prazo nele fixado, por algum dos motivos previstos no artigo 137 da Lei nº 14.133/21, bem como amigavelmente, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

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

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

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

13.5. O termo de extinção, sempre que possível, será precedido:

13.5.1. Balanço dos eventos contratuais já cumpridos ou parcialmente cumpridos;

13.5.2. Relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos;

13.5.3. Indenizações e multas.

13.6. A extinção do contrato não configura óbice para o reconhecimento do desequilíbrio econômico-financeiro, hipótese em que será concedida indenização por meio de termo indenizatório (art. 131, caput, da Lei n.º 14.133, de 2021).

13.7. O contrato poderá ser extinto:

13.7.1. caso se constate que o contratado mantém vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que tenha desempenhado função no processo de contratação direta ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau (art. 14, inciso IV, da Lei n.º 14.133, de 2021);

13.7.2. caso se constate que a pessoa jurídica contratada possui administrador ou sócio com poder de direção, familiar de detentor de cargo em comissão ou função de confiança que atue na área responsável pela demanda ou contratação ou de autoridade a ele hierarquicamente superior no âmbito do órgão contratante (art. 3º, § 3º, do Decreto n.º 7.203, de 4 de junho de 2010).

14. CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA (art. 92, VIII)

14.1. As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no Orçamento deste exercício, na dotação 01.031.0035.2182.3.3.90.39.00.

15. CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DOS CASOS OMISSOS (art. 92, III)

15.1. Os casos omissos serão decididos pelo contratante, segundo as disposições contidas na Lei nº 14.133, de 2021, e demais normas federais aplicáveis e, subsidiariamente, segundo as disposições contidas na Lei nº 8.078, de 1990 – Código de Defesa do Consumidor – e normas e princípios gerais dos contratos.

16. CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – ALTERAÇÕES

16.1. Eventuais alterações contratuais reger-se-ão pela disciplina dos arts. 124 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021.

16.2. O contratado é obrigado a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

16.3. As alterações contratuais deverão ser promovidas mediante celebração de termo aditivo, salvo nos casos de justificada necessidade de antecipação de seus efeitos, hipótese em que a formalização do aditivo deverá ocorrer no prazo máximo de 1 (um) mês (art. 132 da Lei nº 14.133, de 2021). Sempre será submetido à prévia aprovação da procuradoria jurídica do contratante.

16.4. Registros que não caracterizam alteração do contrato podem ser realizados por simples apostila, dispensada a celebração de termo aditivo, na forma do art. 136 da Lei nº 14.133, de 2021.

17. CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – PUBLICAÇÃO

17.1. Incumbirá ao contratante divulgar o presente instrumento no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), na forma prevista no art. 94 da Lei 14.133, de 2021, bem como no respectivo sítio oficial na Internet, em atenção ao art. 91, caput, da Lei n.º 14.133, de 2021, e ao art. 8º, §2º, da Lei n. 12.527, de 2011, c/c art. 7º, §3º, inciso V, do Decreto n. 7.724, de 2012.

18. CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA– FORO (art. 92, §1º)

18.1. Fica eleito o Foro da Justiça Estadual em São Vicente, para dirimir os litígios que decorrerem da execução deste Termo de Contrato que não puderem ser compostos pela conciliação, conforme art. 92, §1º, da Lei nº 14.133/21.

São Vicente, ** de ***** de 2025.

Wagner dos Santos Pinheiro

Contratada

TESTEMUNHAS:

1- Testemunha 1

2- Testemunha 2

**ANEXO LC-01 - TERMO DE CIÊNCIA E DE NOTIFICAÇÃO
(CONTRATOS)**

CONTRATANTE: _____

CONTRATADO: _____

CONTRATO Nº (DE ORIGEM): _____

OBJETO: _____

Pelo presente TERMO, nós, abaixo identificados:

1. Estamos CIENTES de que:

- a) o ajuste acima referido, seus aditamentos, bem como o acompanhamento de sua execução contratual, estarão sujeitos a análise e julgamento pelo Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, cujo trâmite processual ocorrerá pelo sistema eletrônico;
- b) poderemos ter acesso ao processo, tendo vista e extraindo cópias das manifestações de interesse, Despachos e Decisões, mediante regular cadastramento no Sistema de Processo Eletrônico, em consonância com o estabelecido na Resolução nº 01/2011 do TCESP;
- c) além de disponíveis no processo eletrônico, todos os Despachos e Decisões que vierem a ser tomados, relativamente ao aludido processo, serão publicados no Diário Oficial Eletrônico do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo (<https://doe.tce.sp.gov.br/>), em conformidade com o artigo 90 da Lei Complementar nº 709, de 14 de janeiro de 1993, iniciando-se, a partir de então, a contagem dos prazos processuais, conforme regras do Código de Processo Civil;
- d) as informações pessoais dos responsáveis pela contratante e interessados estão cadastradas no módulo eletrônico do “Cadastro Corporativo TCESP – CadTCESP”, nos termos previstos no Artigo 2º das Instruções nº01/2024, conforme “Declaração(ões) de Atualização Cadastral” anexa (s);
- e) é de exclusiva responsabilidade do contratado manter seus dados sempre atualizados.

2. Damo-nos por NOTIFICADOS para:

- a) O acompanhamento dos atos do processo até seu julgamento final e consequente publicação;
- b) Se for o caso e de nosso interesse, nos prazos e nas formas legais e regimentais, exercer o direito de defesa, interpor recursos e o que mais couber.

LOCAL e DATA: _____

AUTORIDADE MÁXIMA DO ÓRGÃO/ENTIDADE:

Nome: _____

Cargo: _____

CPF: _____

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

Nome: _____

Cargo: _____

CPF: _____

Assinatura: _____

RESPONSÁVEIS QUE ASSINARAM O AJUSTE:

Pelo contratante:

Nome: _____

Cargo: _____

CPF: _____

Assinatura: _____

Pela contratada:

Nome: _____

Cargo: _____

CPF: _____

Assinatura: _____

ORDENADOR DE DESPESAS DA CONTRATANTE:

Nome: _____

Cargo: _____

CPF: _____

Assinatura: _____

GESTOR(ES) DO CONTRATO:

Nome: _____

Cargo: _____

CPF: _____

Assinatura: _____

DEMAIS RESPONSÁVEIS (*):

Tipo de ato sob sua responsabilidade: _____

Nome: _____

Cargo: _____

CPF: _____

Assinatura: _____

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

**ANEXO LC-02 - DECLARAÇÃO DE DOCUMENTOS À DISPOSIÇÃO DO
TCE-SP**

CONTRATANTE:

CNPJ Nº:

CONTRATADA:

CNPJ Nº:

CONTRATO Nº (DE ORIGEM):

DATA DA ASSINATURA:

VIGÊNCIA:

OBJETO:

VALOR (R\$):

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

Em se tratando de obras/serviços de engenharia:

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

- a) memorial descritivo dos trabalhos e respectivo cronograma físico-financeiro;
- b) orçamento detalhado em planilhas que expressem a composição de todos os seus custos unitários;
- c) previsão de recursos orçamentários que assegurem o pagamento das obrigações decorrentes de obras ou serviços a serem executados no exercício financeiro em curso, de acordo com o respectivo cronograma;
- d) comprovação no Plano Plurianual de que o produto das obras ou serviços foi contemplado em suas metas;
- e) as plantas e projetos de engenharia e arquitetura.

LOCAL e DATA:

RESPONSÁVEL: (nome, cargo e assinatura)