



## CONCORRÊNCIA PÚBLICA N<sup>o</sup> 03/2026

**EDITAL DE LICITAÇÃO N<sup>o</sup> 18/2026**

**PROTOCOLADO N<sup>o</sup> 29637/2025**

**SC N<sup>o</sup> 562/2025 - SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO**

A **PREFEITURA MUNICIPAL DE PAULÍNIA**, com sede na Avenida Prefeito José Lozano Araújo, n<sup>o</sup> 1551, Parque Brasil 500, Paulínia, Estado de São Paulo, CEP 13.141-170, mediante a Comissão Especial de Contratação, designada pela Portaria n<sup>o</sup> 020/2025, por meio do Departamento de Licitação, com apoio técnico da **SUBCOMISSÃO TÉCNICA**, nomeada após sorteio, e da Equipe de Apoio, designada pela Portaria n<sup>o</sup> 119/2024, torna público aos interessados que realizará **CONCORRÊNCIA**, do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, na forma **PRESENCIAL**, objetivando a **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA**, sob a **FORMA DE EXECUÇÃO INDIRETA**, segundo disposições da legislação vigente, em especial artigo 37, §1<sup>o</sup>, da Constituição da República Federativa do Brasil, nos termos da Lei n<sup>o</sup> 12.232 de 29 de abril de 2010; Lei n<sup>o</sup> 14.133 de 1<sup>o</sup> de abril de 2021, Lei Complementar n<sup>o</sup> 123 de 14 de dezembro de 2006, Decreto Municipal n<sup>o</sup> 8.388, de 31 de março de 2023 e suas alterações, e demais legislações correlatas.

### **PREÂMBULO**

#### **DATA DA SESSÃO:**

**Dia 07/04/2026 às 09h (nove horas)** – Entrega dos envelopes n<sup>o</sup> 01, 02, 03 e 04.

**Local: SALA DE LICITAÇÃO**, sito na Av. Prefeito José Lozano Araújo, 1551 – prédio central – Parque Brasil 500 – Paulínia – SP.

Para todas as referências de tempo contidas neste Edital será observado o horário oficial de Brasília/DF.

O Edital está disponibilizado, na íntegra e gratuitamente, no endereço eletrônico [www.paulinia.sp.gov.br](http://www.paulinia.sp.gov.br), e também no Portal Nacional de Contratações Públicas - PNCP.

### **1 – DO OBJETO**

1.1. A presente Concorrência tem por objeto a “CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA”, compreendendo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.



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

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

1.3. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea “a” do subitem 1.2. terão a finalidade de:

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

## **2 – DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

2.1. A despesa, estimada em R\$ 7.000.000,00 (sete milhões de reais), onerará os recursos da dotação nº (74) 02.03.01.04.131.0004.2.013.339039.01.110.0000 (88) (Recursos Próprios) e demais codificações a serem conjugadas em orçamentos vindouros.

## **3 - DA FORMALIZAÇÃO DE CONSULTAS E IMPUGNAÇÕES**

3.1. Até 03 (três) dias úteis anteriores à data fixada para a abertura da sessão pública, qualquer pessoa, poderá solicitar esclarecimentos ou impugnar o ato convocatório deste edital.

3.2. Tanto a impugnação quanto os pedidos de esclarecimentos deverão ser realizados por escrito e protocolados na Divisão de Protocolo e Expediente da Prefeitura Municipal de Paulínia, sito à Av. Prefeito José Lozano Araújo, 1551 - térreo - Parque Brasil 500, no horário das 08h às 17h, até o dia **30/03/2026**.



3.2.1. Na impossibilidade de protocolar os esclarecimentos e impugnações junto à Divisão de Protocolo e Expediente, os mesmos poderão ser enviados no e-mail: licitacoes@paulinia.sp.gov.br até às 17h do dia **30/03/2026** para futura protocolização.

3.3. Tanto a impugnação quanto os pedidos de esclarecimentos serão respondidos mediante divulgação em sítio eletrônico oficial no prazo de até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame.

**3.4. Os pedidos de esclarecimentos e impugnações serão respondidos exclusivamente mediante divulgação no sítio da Prefeitura, sem identificação da licitante consulente e de seu representante.**

**3.5. A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento e/ou impugnação, nenhum termo que possibilite a identificação de sua Proposta Técnica, referente ao Envelope nº 1 - Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada.**

3.6. A impugnação e pedidos de esclarecimento não possuem efeitos suspensivos.

3.7. A concessão de efeito suspensivo à impugnação é medida excepcional e deverá ser motivada pela Comissão Especial de Contratações, nos autos desta Concorrência.

3.8. Acolhida a impugnação, será definida e publicada nova data para a realização do certame, exceto se, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das propostas.

3.9. As modificações no edital serão divulgadas pelo mesmo instrumento de publicação utilizado para divulgação do texto original e o prazo inicialmente estabelecido será reaberto, exceto se, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das propostas, resguardado o tratamento isonômico aos licitantes.

#### **4. DA COMISSÃO ESPECIAL DE CONTRATAÇÃO E DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

4.1. Esta concorrência será processada e julgada por Comissão Especial, na forma do art. 6º, L, da Lei nº 14.133/2021, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

4.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, nomeada após realização de sorteio, constituída por 03 (três) membros titulares que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que tenham atuado em uma dessas áreas nos últimos quatro anos, sendo pelo menos um ano de forma ininterrupta em atividades correlacionadas ao objeto desta licitação.

4.2.1. Compete a Subcomissão Técnica:

a) Receber, conferir, analisar, pontuar, julgar e classificar as propostas técnicas;



PREFEITURA MUNICIPAL DE PAULÍNIA  
Departamento de Suprimentos e Serviços  
Divisão de Licitações

b) Remeter a classificação técnica para a Comissão Especial de Contratação, para que providencie a devida publicação (se for o caso), e dê andamento ao presente certame licitatório; e

c) Receber e julgar os recursos da fase técnica, enviando a decisão final, ratificada pela autoridade superior, à Comissão Especial de Contratação, para que efetue a devida publicação.

4.2.2. Na composição da Subcomissão Técnica, pelo menos 1/3 (um terço) dos integrantes não terão vínculo funcional ou contratual com a Prefeitura.

4.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá 06 (seis) integrantes com vínculo com a Prefeitura e 03 (três) sem vínculo.

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

4.3.2. A relação dos nomes referidos no subitem 4.3 será publicada no Diário Oficial do Município, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

4.3.3. O sorteio será processado pela Comissão Especial, de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros com vínculo ou não com o Prefeitura Municipal de Paulínia.

4.3.4. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 4.3., mediante a apresentação à Comissão de Contratação de justificativa para a exclusão.

4.3.5. 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.

4.3.6. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item.

4.3.6.1. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação for inferior aos mínimos exigidos nos subitens 4.3 e 4.3.1 deste Edital.

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



4.3.7. A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 4.3.2 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

## **5. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO**

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

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

- a) que não atenda às condições deste Edital e seus anexos;
- b) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com a Prefeitura Municipal de Paulínia;
- c) cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de recuperação extrajudicial ou judicial, ou em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
- d) que tenha sido considerada inidônea, pela Administração Pública Federal, Estadual ou Municipal;
- e) estrangeira que não funcione no País;
- f) cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com a Prefeitura Municipal de Paulínia;
- g) que estejam reunidas em consórcio;
- h) que atuem sem fins lucrativos;
- i) impedida de licitar ou contratar por determinação do CADE – Conselho Administrativo de Defesa Econômica;
- j) que não atenda às condições deste Edital e seus anexos;
- k) que se enquadrem nas vedações previstas no artigo 9º, § 1º, da Lei nº 14.133, de 2021;
- l) que se enquadrem nas vedações determinadas no art. 14, inc. I ao VI e § 1º ao § 3º da Lei nº 14.133/2021;
- m) que possua sócio majoritário sancionado com base na Lei de Improbidade Administrativa, pelo prazo fixado em sentença condenatória.

5.3. Para a análise das condições de participação das licitantes, também serão realizadas consultas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), ao Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP) e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Atos de Improbidade Administrativa e Inelegibilidade (CNIA - CNJ).

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



5.5. A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão Especial de Contratação o invólucro padronizado previsto no subitem 7.1.1. e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital; e a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

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

## **6. DO CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES**

6.1. As empresas poderão fazer-se representar neste certame, desde que seu representante apresente à Comissão Especial de Contratação documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, na sessão programada para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

6.2. Os documentos mencionados no subitem anterior deverão ser apresentados fora dos envelopes que contêm as Propostas Técnicas e de Preços e irão compor os autos do processo licitatório.

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

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

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



6.4.1. Durante os trabalhos só será permitida a manifestação oral ou escrita de representante legal da empresa ou credenciado.

6.5. Não será admitida a participação de um mesmo representante para mais de uma empresa, bem como nas sessões públicas será permitida a manifestação de apenas um único representante por empresa.

6.6. No decorrer dos procedimentos licitatórios, as licitantes poderão credenciar representantes, caso não o tenham feito, descredenciar ou substituir os já nomeados, desde que o façam por meio escrito e com a apresentação dos documentos necessários.

6.7. Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos envelopes diretamente à Comissão Especial de Contratação, na data, hora e local indicados preâmbulo.

## **7. DA APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS**

7.1. Os interessados em participar da presente Concorrência deverão apresentar, no dia, hora e local definido no preâmbulo deste Edital, as Propostas Técnica e de Preços, além dos documentos de credenciamento que deverão ser apresentados à Comissão Especial de Contratação, sendo que as Propostas Técnica e de Preços em envelopes distintos e separados, na forma a seguir discriminada.

**7.1.1. O Envelope nº 01 será apresentado lacrado e sem identificação da licitante e os demais serão fechados e rubricados no fecho.**

a) ENVELOPE DE Nº 01 – PROPOSTA TÉCNICA CONTENDO A VIA NÃO IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

**OBS: este envelope não contém identificação – Envelope deverá ser retirado no Departamento de Licitação.**

b) ENVELOPE DE Nº 02 – PROPOSTA TÉCNICA CONTENDO A VIA IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº **03/2026**

Nome empresarial e CNPJ da licitante

c) ENVELOPE DE Nº 03 – PROPOSTA TÉCNICA CONTENDO CONJUNTO DE INFORMAÇÕES, DEVIDAMENTE IDENTIFICADO

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº **03/2026**

Nome empresarial e CNPJ da licitante

d) ENVELOPE Nº 04 – PROPOSTA DE PREÇO



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº **03/2026**

Nome empresarial e CNPJ da licitante

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

**7.2.1. O envelope deverá ser retirado no Departamento de Licitações da Prefeitura Municipal de Paulínia, de segunda a sexta-feira, das 08h às 17h, observado o prazo limite para retirada de 24 (vinte e quatro) horas antes da data e horários estabelecidos para a sessão pública de recebimento e abertura dos envelopes.**

RETIRADA DOS ENVELOPES ATÉ O DIA **06/04/2026**, às 9h.

**7.2.2. O ENVELOPE Nº 1 - PROPOSTA TÉCNICA (VIA NÃO IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA) só será entregue à licitante mediante solicitação formal e mediante credenciamento para esse fim específico, apresentada por e-mail ou mediante representante legal, junto ao Departamento de Licitação.**

7.3. Para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária o Envelope nº 1 não poderá:

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

7.4. A Administração não receberá os envelopes após a data e horário estabelecidos no preâmbulo.

**7.5. As propostas técnicas deverão ser apresentadas conforme estabelecido no Termo de Referência.**

**8. DOS PROCEDIMENTOS DE ABERTURA E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS – PRIMEIRA SESSÃO**

8.1. Na data e hora marcadas para a realização da sessão, a Comissão Especial de Contratações procederá (i) à identificação dos representantes das licitantes, mediante o credenciamento; (ii) ao recebimento dos Envelopes nº 01, 02, 03 e 04; e (iii) à conferência se os envelopes estão em conformidade com as disposições deste Edital.

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



8.2. A Comissão e os representantes presentes irão rubricar, no fecho, sem abrir, os envelopes nº 02 e nº 04, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Especial de Contratação.

8.3. A Comissão irá abrir os envelopes nº 01 e nº 03, retirar e rubricar seu conteúdo. Após irá disponibilizá-los aos representantes presentes para exame.

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

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

8.6. Se houver desistência expressa de todas as licitantes do direito de recorrer em relação às decisões tomadas pela Comissão na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade. Caso contrário, será divulgado o resultado, abrindo-se o prazo de 3 (três) dias úteis para a interposição de recursos.

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

a) encaminhamento, pela Comissão Especial de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária e dos Invólucros nº 3, com Conjunto de Informações do Proponente;

b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária e Plano de Comunicação Publicitária e dos Invólucros nº 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital; e

c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Contratações, da ata de julgamento dos Invólucros nº 1 e dos Invólucros nº 3, com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

8.8. O resultado da Proposta Técnica é a soma das pontuações do Plano de Comunicação e das Informações Complementares da licitante.

## **9. DA SEGUNDA SESSÃO**



9.1. A Comissão Especial de Contratações, para conhecimento e identificação da proposta apresentada pelos licitantes, após a devolução pela Subcomissão da avaliação dos documentos e do relatório, designará sessão pública para abertura dos envelopes nº 2 – Proposta Técnica – Plano de Comunicação – Via Identificada, com o fim de identificar a pontuação da Nota Técnica (NT) de cada um dos licitantes participantes.

9.1.1. Identificada a autoria de cada proposta e sua respectiva pontuação, será elaborada planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada proposta técnica, obtendo-se, assim, o resultado do julgamento geral das propostas técnicas.

9.2. O resultado do julgamento geral das propostas técnicas será publicado com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso.

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

#### **10. DA ABERTURA E JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇO (TERCEIRA SESSÃO)**

10.1. Decorrido o prazo legal de 3 (três) dias úteis para recurso, julgados e decididos aqueles postulados, a Comissão designará e comunicará aos interessados, o local, a data e a hora para a sessão pública de abertura do Envelope de Nº 4 – Proposta de Preço, podendo:

- a) Devolver os envelopes de Nº. 4 - Proposta Comercial, devidamente fechados, rubricados pela Comissão e representantes das empresas, mediante recibo, em caso de desclassificação na Proposta Técnica do Licitante;
- b) Abrir os envelopes de Nº. 4 contendo as Propostas Comerciais dos Licitantes classificados, cujos documentos serão rubricados pela Comissão, Equipe de Apoio e pelos representantes das licitantes presentes.
- c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;
- d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- h) declarar vencedora do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços a licitante mais bem-classificada após apuração da média ponderada das valorizações das propostas técnicas e de preço, conforme descrito no Termo de Referência;
- i) informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas será publicado com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso.



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

### **11. DA APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO (QUARTA SESSÃO)**

11.1. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes para participar da sessão pública de entrega e avaliação dos documentos de habilitação (Envelope nº 05).

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

11.1.2. A licitante classificada que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame.

11.1.3. Só serão aceitos documentos legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão e Equipe de Apoio.

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

ENVELOPE Nº 05 – Documentos de Habilitação

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº **03/2026**

Nome empresarial e CNPJ da licitante

### **12. DA HABILITAÇÃO**

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

#### **12.1.1. Habilitação Jurídica**

- a) Registro comercial, no caso de empresa individual;
- b) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado na Junta Comercial, em se tratando de sociedades comerciais;
- c) Documentos de eleição dos atuais administradores, tratando-se de sociedades por ações, acompanhados da documentação mencionada na alínea “b” deste subitem;
- d) Ato constitutivo devidamente registrado no Cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas tratando-se de sociedades civis, acompanhado de prova da diretoria em exercício;



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

#### 12.1.2. Regularidade Fiscal e Trabalhista

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

b) Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Estadual e/ou Municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual, ou sua isenção;

c) Prova de regularidade para com a Fazenda Federal, do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente na forma da lei, mediante a apresentação da Certidão Conjunta Negativa ou Certidão Conjunta Positiva com Efeitos de Negativa, relativos a Tributos Federais (inclusive às contribuições sociais) e à Dívida Ativa da União, expedida pela Secretaria da Receita Federal.

d) Prova de regularidade para com a Fazenda Municipal, do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente na forma da lei, mediante a apresentação de Certidão Negativa ou Certidão Positiva com Efeitos de Negativa.

e) Prova de regularidade perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), por meio da apresentação do CRF – Certificado de Regularidade do FGTS.

f) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de Certidão Negativa (CNDT) ou Certidão Positiva de Débitos Trabalhistas com os mesmos efeitos da CNDT, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943, nos termos da Lei Federal nº 12.440/2011.

g) Declaração do licitante subscrita por seu representante legal:

g.1) De que não emprega em trabalho noturno, perigoso ou insalubre menores de 18 (dezoito) anos e de qualquer trabalho a menores de 16 (dezesseis) anos, ressalvado na condição de aprendiz, conforme determina o artigo 7º, inciso XXXIII da Constituição Federal.

#### 12.1.3. Qualificação Econômico-financeira

a) Certidão negativa de feitos sobre falência expedida pelo distribuidor da sede do licitante.

b) Prova de Capital Social ou Patrimônio Líquido mínimo de R\$210.000,00 (Duzentos e Dez mil Reais), equivalente a 3% (três por cento) do valor do contrato administrativo



PREFEITURA MUNICIPAL DE PAULÍNIA  
Departamento de Suprimentos e Serviços  
Divisão de Licitações

decorrente desta licitação, devendo a comprovação ser feita relativamente à data da apresentação da proposta, na forma da lei (artigo 69, parágrafo 4º da Lei 14.133/21).

c) Balanço patrimonial e demonstrações contábeis dos dois últimos exercícios sociais, já exigíveis e apresentados na forma da Lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de 03 (três) meses da data de apresentação dos documentos de habilitação. (artigo 69, inciso I da Lei 14.133/21).

c.1) Serão considerados como legais o balanço e as demonstrações contábeis assim apresentados:

- pelas sociedades anônimas: publicados em Diário Oficial; ou em jornal de grande circulação; ou por fotocópia registrada; ou autenticada na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante.
- pelas sociedades por cotas de responsabilidade limitada: fotocópia do Livro Diário, inclusive com os Termos de Abertura e de Encerramento, devidamente autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante ou em outro órgão equivalente; ou fotocópia do Balanço e das Demonstrações Contábeis devidamente registrados ou autenticados na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante e ou Escrituração Contábil Digital, nos termos do Decreto 6.022/2007
- pelas sociedades criadas no exercício em curso: fotocópia do Balanço de Abertura, devidamente registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da licitante.

c.2) Se a licitante tiver sido constituída há menos de 02 (dois) anos de exercício, os documentos referidos na alínea “c” limitar-se-ão ao último exercício.

c.3) A boa situação financeira será comprovada com as demonstrações a seguir, calculadas a partir do último balanço apresentado:

- Índice de Liquidez Geral (LG) superior a 1,00
- Índice de Liquidez Corrente (LC) superior a 1,00
- Índice de Solvência Geral (SG) superior a 1,00

(calculados pelas seguintes fórmulas, cujo memorial deverá ser juntado ao Balanço Patrimonial):

Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo

LG = -----

Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo



Ativo Total

SG = -----

Passivo Circulante + Exigível a longo Prazo

Ativo Circulante

LC = -----

Passivo Circulante

c.3.1) Do balanço supra referido, cujo índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior a um:

Ativo Total

S = -----

Passivo Exigível Total

c.4) As licitantes que apresentarem resultado inferior ou igual a 1 (um) em qualquer dos índices de Liquidez Geral (LG), Liquidez Corrente (LC) e Solvência Geral (SG) deverão possuir capital ou patrimônio líquido, no mínimo, de 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação.

c.5) Se necessária a atualização do balanço patrimonial, do DRE e do capital social, deverá ser apresentado, também, o memorial de cálculo correspondente.

#### 12.1.4. Qualificação Técnica

a) Certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei nº 12.232/2010, artigo 4º e seu parágrafo primeiro, obtido perante o Fórum de Autorregulação do Mercado Publicitário – CENP (anterior denominação “Conselho Executivo das Normas-Padrão”) ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

b) Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível com o objeto desta licitação, mediante a apresentação de atestado(s) expedido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, que comprove o disposto no art. 2º e no seu



parágrafo 1º, incisos I e II, da Lei 12.232/10, bem com o parágrafo 5º. do artigo 67 da lei 14.133/21.

#### 12.1.5. Declarações

a) Declaração conjunta do licitante subscrita por seu representante legal:

a.1) 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, conforme inciso IV do artigo 63 da Lei 14.133/2021.

a.2) De que suas propostas econômicas compreendem a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infra legais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de entrega das propostas, em atendimento ao disposto no artigo 63, § 1º da Lei 14.133/2021, sob pena de desclassificação do certame.

b) Declaração da licitante, elaborada em papel timbrado e subscrita por seu representante legal, que não há fato impeditivo para sua habilitação e que se encontra em situação regular perante o Ministério do Trabalho, conforme modelo ANEXO I – A.

d) Declaração da licitante, elaborada em papel timbrado e subscrita por seu representante legal, conforme modelo ANEXO I – B.

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

12.3. Não serão aceitos protocolos de entrega ou solicitação de documentos em substituição aos documentos ora exigidos, inclusive no que se refere às certidões.

12.4. Na hipótese de não constar prazo de validade nas certidões apresentadas, serão aceitas como válidas as expedidas até 90 (noventa) dias imediatamente anteriores à data de apresentação das propostas.

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

12.6. Caso o licitante pretenda que um de seus estabelecimentos, que não a participante desta licitação, execute o futuro contrato, deverá apresentar toda a documentação de ambos os estabelecimentos.



12.7. A Comissão Especial ou a Equipe de apoio diligenciará efetuando consulta direta nos sítios dos órgãos expedidores na Internet para verificar a veracidade de documentos obtidos por meio eletrônico.

12.8. Eventuais falhas, omissões ou outras irregularidades nos documentos de habilitação, poderão ser sanadas na sessão pública, desde que não contrariem a Lei, até o julgamento das habilitações.

12.9. Será inabilitada a licitante que não comprovar sua habilitação, seja por não apresentar quaisquer dos documentos exigidos, ou apresentá-los em desacordo com o estabelecido neste Edital.

12.10. Constatado o atendimento às exigências de habilitação fixadas neste Edital, a licitante vencedora será declarada habilitada. Na hipótese de a proposta vencedora não for aceitável ou a licitante não atender às exigências para habilitação, examinar-se-á a proposta subsequente e assim sucessivamente, na ordem de classificação, até a apuração de uma proposta que atenda à totalidade dos requisitos exigidos.

12.11. A Comissão irá informar o resultado da habilitação e que o resultado será publicado com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo-se prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso.

12.12. Será publicado o nome da licitante vencedora desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

### **13. DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS**

13.1. Eventuais recursos referentes a presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 03 (três) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à autoridade competente da Prefeitura Municipal de Paulínia, por intermédio da Comissão Especial de Contratação, protocolizada na Divisão de Protocolo e Expediente, sito à Avenida Prefeito José Lozano Araújo, 1551 - Parque Brasil 500, no horário das 08h às 17h.

13.2. Quanto ao recurso apresentado em virtude do julgamento das propostas e/ou ato de habilitação ou inabilitação de licitante, serão observadas as seguintes disposições:

13.2.1. Qualquer licitante poderá, durante o prazo concedido na sessão pública, imediatamente posterior ao término do julgamento das propostas, do ato de habilitação ou inabilitação, manifestar sua intenção de recorrer, sob pena de preclusão.

13.3. O recurso será dirigido à autoridade que tiver editado o ato ou proferido a decisão recorrida, que, se não reconsiderar o ato ou a decisão no prazo de 03 (três) dias úteis, encaminhará o recurso com a sua motivação à autoridade superior, a qual deverá



proferir sua decisão no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contado do recebimento dos autos.

13.4. O acolhimento do recurso implicará invalidação apenas de ato insuscetível de aproveitamento.

13.5. Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão apresentar suas contrarrazões no prazo máximo de 03 (três) dias úteis.

13.6. Recebidas as contrarrazões, ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Especial poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 3 (três) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectivas contrarrazões à autoridade competente, que decidirá em 10 (dez) dias úteis contados de seu recebimento.

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

13.8. O recurso terá efeito suspensivo do ato ou da decisão recorrida até que sobrevenha decisão final da autoridade competente.

#### **14. DA HOMOLOGAÇÃO E DA ADJUDICAÇÃO**

14.1. Encerradas as fases de julgamento e habilitação, e exauridos os recursos administrativos, o processo licitatório será encaminhado à autoridade superior, que poderá:

- a) Determinar o retorno dos autos para saneamento de irregularidades;
- b) Revogar a licitação por motivo de conveniência e oportunidade;
- c) Proceder à anulação da licitação, de ofício ou mediante provocação de terceiros, sempre que presente ilegalidade insanável;
- d) Adjudicar o objeto e homologar a licitação.

14.2. Ao pronunciar a nulidade, a autoridade indicará expressamente os atos com vícios insanáveis, tornando sem efeito todos os subsequentes que deles dependam, e dará ensejo à apuração de responsabilidade de quem lhes tenha dado causa.

14.3. O motivo determinante para a revogação do processo licitatório deverá ser resultante de fato superveniente devidamente comprovado.

14.4. Nos casos de anulação e revogação, deverá ser assegurada a prévia manifestação dos interessados.

#### **15. DA CONTRATAÇÃO**

15.1. A contratação decorrente desta licitação será formalizada mediante assinatura de termo de contrato, cuja respectiva minuta constitui anexo do presente Edital.



15.2. A adjudicatária deverá, no prazo de 5 (cinco) dias úteis contados da data da convocação, assinar o termo de contrato. O prazo estabelecido no edital para assinatura do contrato poderá ser prorrogado uma única vez, por igual período, mediante solicitação fundamentada do interessado, desde que o motivo seja aceito pela Secretaria requisitante.

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

15.3.1. Na hipótese de nenhum dos licitantes aceitar a contratação nos termos do § 2º do artigo 90 da Lei 14.133/2021, a Administração, observados o valor estimado e sua eventual atualização nos termos do edital, poderá:

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

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

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

15.5. Antes de formalizar ou prorrogar o prazo de vigência do contrato, a Administração deverá verificar a regularidade fiscal do contratado, consultar o Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS) e o Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP), emitir as certidões negativas de inidoneidade, de impedimento e de débitos trabalhistas e juntá-las ao respectivo processo.

15.6. O prazo inicial de vigência do Contrato será de 12 (doze) meses contados da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado, nos termos da Lei Federal nº 14.133, de 2021.

15.7. Não é admitida a subcontratação do objeto contratual.

## **16. DA GARANTIA**

16.1. A contratada deverá prestar garantia no valor de 1% (um por cento) do valor do contrato, no ato da assinatura, em conformidade o art. 96 e ss. Da Lei nº 14.133/2021 vigente.



## **17. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DO CONTRANTE**

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

## **18. DA FISCALIZAÇÃO**

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

## **19. DO RECEBIMENTO DO OBJETO DO CONTRATO**

19.1. O objeto desta licitação será recebido pela unidade requisitante, consoante o disposto no artigo 140 da Lei 14.133/21 e demais normas pertinentes:

- a) provisoriamente, pelo responsável por seu acompanhamento e fiscalização, mediante termo detalhado, quando verificado o cumprimento das exigências de caráter técnicos:
- b) definitivamente, por servidor ou comissão designada pela autoridade competente, mediante termo detalhado que comprove o atendimento das exigências contratuais.

19.2. Constatadas irregularidades na execução do objeto, a Administração poderá:

- a) Refutá-lo no todo ou em parte, determinando a substituição de produto, refazimento dos serviços ou rescindir a contratação, sem prejuízo das penalidades previstas.
- b) Na hipótese de substituição de produto ou refazimento de serviços, a contratada deverá fazê-lo em conformidade com as condições estabelecidas no instrumento contratual, no prazo máximo de 15 dias, contados da notificação por escrito, sem que isto implique em quaisquer ônus para a Prefeitura de Pompeia.
- c) Na impossibilidade de serem substituídos ou refeitos, aplicar-se-ão as sanções cabíveis.

19.3 Os direitos autorais, patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análise e planos), peças, acompanhadas de demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência deste contrato serão cedidos à Prefeitura de Paulínia.

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



19.3.2 O valor dessa cessão está integralmente incluído nas modalidades de remuneração no contrato.

19.3.3 Os direitos patrimoniais poderão ser usados pela Prefeitura em todas as suas modalidades de utilização, diretamente ou por intermédio de terceiros.

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

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

19.3.6 A Prefeitura será a única proprietária das peças e demais materiais físicos e/ou digitais oriundos do cumprimento do contrato fruto da licitação, sejam estes passíveis ou não de proteção de Direito de Propriedade Intelectual.

## **20. DO PAGAMENTO**

20.1. O(s) pagamento(s) serão efetuados, no prazo de 30 (trinta) dias a contar do recebimento da Nota Fiscal devidamente atestada e será observada a ordem cronológica dos encargos, excepcionada está de acordo com os incisos I a V do parágrafo 1º. do artigo 141 da Lei 14.133/21.

20.2. A forma e as condições de pagamento são as constantes das Cláusulas Décima Quarta e Décima Quinta da Minuta de Contrato (Anexo V).

20.3. Os preços são fixos e irremovíveis pelo período de 12 (doze) meses, a contar da data do orçamento estimado em 08/10/2025. Após cada período de 12 (doze) meses, os valores contratados poderão ser reajustados, visando a adequação aos preços de mercado pela variação percentual, com base no indicador INPC - Índice Nacional de Preços ao Consumidor (IBGE).

## **21. DAS SANÇÕES**

21.1. Comete infração administrativa, nos termos da lei, o licitante que:

I – Com dolo ou culpa, ensejar o retardamento da execução de seu objeto, não mantiver a proposta, falhar ou fraudar na execução do contrato, comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude fiscal;

II - Deixar de entregar a documentação exigida para o certame ou não entregar qualquer documento que tenha sido solicitado pelo/a pregoeiro/a durante o certame;



PREFEITURA MUNICIPAL DE PAULÍNIA  
Departamento de Suprimentos e Serviços  
Divisão de Licitações

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

A - Não enviar a proposta adequada ao último lance ofertado ou após a negociação;

B - Recusar-se a enviar o detalhamento da proposta quando exigível;

C - Pedir para ser desclassificado quando encerrada a etapa competitiva;

D - Deixar de apresentar amostra;

E - Apresentar proposta ou amostra em desacordo com as especificações do edital;

IV - Não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta ou recusar-se, sem justificativa, a assinar o contrato ou a ata de registro de preço, ou a aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração.

V - Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação.

VI - Fraudar a licitação.

VII - Comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza, em especial quando:

A - Agir em conluio ou em desconformidade com a lei;

B - Induzir deliberadamente a erro no julgamento;

C - Apresentar amostra falsificada ou deteriorada;

VIII - Praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação.

IX - Praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 2013.

21.2. Com fulcro na Lei nº 14.133, de 2021 e Arts. 156 e 157 do Decreto nº 8.388/2023 e suas alterações, a Administração poderá, garantida a prévia defesa e o contraditório, aplicar aos licitantes e/ou adjudicatários as seguintes sanções, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal:

A - Advertência;

B - Multa;

C - Impedimento de licitar e contratar com o Município de Paulínia; e

D - 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.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PAULÍNIA  
Departamento de Suprimentos e Serviços  
Divisão de Licitações

21.3. Na aplicação das sanções serão considerados:

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 a Administração Pública;

E - A implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

21.4. A multa será recolhida em percentual de 0,5% a 30% incidente sobre o valor do contrato licitado / valor empenhado (em caso de Ata de Registro de Preços) da respectiva Autorização de Fornecimento, recolhida no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da comunicação oficial.

I - Para as infrações previstas no item 21.1 - Inc. I, II e III: a multa será de 0,5% a 15% do valor do contrato licitado.

II - Para as infrações previstas no item 21.1 - Inc. IV, V, VI, VII, VIII e IX: a multa será de 15% a 30% do valor do contrato licitado.

III - Por dia de atraso na entrega injustificado: 0,5% por dia de atraso, sobre o valor solicitado na entrega, conforme Autorização de Fornecimento ou Solicitação de Compra, até o Trigesimo dia, configurando-se, após esse prazo, a hipótese de rescisão unilateral da avença por parte dessa Administração pela inexecução, parcial ou total, de seu objeto.

IV – Por inexecução contratual parcial: 15% sobre o valor do saldo contratual (em caso de Ata de Registro de Preços) da respectiva Autorização de Fornecimento.

A – Sobre a parcela não executada do ajuste decorrente deste certame; ou por material não aceito pela Contratante e não substituído no prazo fixado por esta, prazo este que não excederá 15 (quinze) dias úteis, contados da intimação.

V – Por inexecução contratual total: 30% sobre o valor do contrato licitado (em caso de Ata de Registro de Preços) da respectiva Autorização de Fornecimento.

VI – As multas, calculadas como acima, deverão ser recolhidas no prazo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada por esta Administração.

A - As multas, calculada como acima, poderão ser deduzidas, até seu valor total, de quaisquer pagamentos devidos à adjudicatária, mesmo que referentes a outras avenças, ou deduzidas de eventual de garantia de contrato. Poderão, alternativamente, ser



PREFEITURA MUNICIPAL DE PAULÍNIA  
Departamento de Suprimentos e Serviços  
Divisão de Licitações

inscritas em Dívida Ativa do Município para cobrança executiva ou cobradas judicialmente.

B - Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor de pagamento eventualmente devido pela Administração ao contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente.

21.5. 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.

21.6. 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.

21.7. A sanção de impedimento de licitar e contratar será aplicada ao responsável em decorrência das infrações administrativas, 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.

21.8. Poderá ser aplicada ao responsável a sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, em decorrência da prática das infrações acima discriminadas, 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 nº 14.133/2021.

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

21.10. A apuração de responsabilidades 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 será nomeada pelo Secretário da Pasta requisitante - 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.

21.11. 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 – Sr. Prefeito Municipal, que deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do recebimento dos autos.

21.12. 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.

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

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

## **22. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS**

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

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

22.3. A Comissão Especial de Contratação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, até a abertura do envelope nº 2, nas situações previstas nos subitens 22.1 e 22.2 deste Edital.

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

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

22.5. Se, durante a execução dos contratos, o instrumento firmado com uma ou mais contratadas não for prorrogado, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no



PREFEITURA MUNICIPAL DE PAULÍNIA  
Departamento de Suprimentos e Serviços  
Divisão de Licitações

contrato, a Administração poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para dar continuidade à execução do objeto do contrato, desde que concordem e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiverem sujeitas as signatárias dos contratos.

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

22.7. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, a Administração comunicará os fatos verificados ao Conselho Administrativo de Defesa Econômica e ao Ministério Público, para as providências devidas.

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

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

22.10. Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

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

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

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

22.12. Correrão por conta da Administração as despesas que incidirem sobre a formalização dos contratos, incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser



PREFEITURA MUNICIPAL DE PAULÍNIA  
Departamento de Suprimentos e Serviços  
Divisão de Licitações

efetivada em extrato, no Diário Oficial do Município, na forma prevista no parágrafo único do art. 89, § 1º da Lei nº 14.133/2021.

22.13. Para dirimir quaisquer questões decorrentes da licitação, não resolvidas na esfera administrativa, será competente o Foro da Comarca de Paulínia (SP).

22.14. Integram este Edital os seguintes Anexos:

**ANEXO I – DECLARAÇÕES**

A – Modelo de Declarações para a Fase de Habilitação

B – Modelo de Declaração de Conformidade da Proposta

**ANEXO II – MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS**

**ANEXO III – TERMO DE REFERÊNCIA**

**ANEXO IV – BRIEFING**

**ANEXO V – MINUTA DE CONTRATO**

**ANEXO VI – MINUTA DE DECLARAÇÃO REQUISITOS DA HABILITAÇÃO**

**ANEXO VII – TERMO DE CIÊNCIA E DE NOTIFICAÇÃO**

**ANEXO VIII – DECLARAÇÃO DE DOCUMENTOS À DISPOSIÇÃO DO TCE-SP**

**ANEXO IX – PROCURAÇÃO PARA ASSINATURA DE CONTRATO**

**ANEXO X – ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR**

**ANEXO XI – DECRETO MUNICIPAL Nº 8.717/2024**

**ANEXO XII – MODELO DE CREDENCIAMENTO**

Paulínia, 05 FEV 2026.

**DANILO BARROS**  
**PREFEITO MUNICIPAL**



**ANEXO I – A – MODELO DE DECLARAÇÕES PARA A FASE DE HABILITAÇÃO**

**À Prefeitura de Paulínia**

**Secretaria Municipal de Governo**

**Concorrência nº 03/2026**

**Processo Administrativo nº 29637/2025**

**Objeto: Serviços Publicitários Institucionais**

\_\_\_\_\_ (nome da empresa), inscrita no CNPJ sob nº \_\_\_\_\_, por intermédio de seu representante legal, Sr.(a) \_\_\_\_\_, portador(a) da Carteira de Identidade nº \_\_\_\_\_ Órgão expedidor \_\_\_\_\_ e do CPF nº \_\_\_\_\_,

DECLARA QUE:

A.1) Para fins de cumprimento do disposto no inciso XXXIII do Art. 7º da Constituição Federal, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e que não emprega menor de dezesseis anos.

Ressalva: emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz ( )

(assinalar com “x” a ressalva acima, caso verdadeira)

A.2) 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, conforme inciso IV do artigo 63 da Lei 14.133/2021.

A.3) De que suas propostas econômicas compreendem a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infra legais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de entrega das propostas, em atendimento ao disposto no artigo 63, § 1º da Lei 14.133/2021, sob pena de desclassificação da minha proposta do certame.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20\_\_\_\_.

(Local e data)

\_\_\_\_\_  
(Representante legal — nome, cargo e assinatura)



**ANEXO I – B – MODELO DE DECLARAÇÃO DE CONFORMIDADE DA PROPOSTA**

**À Prefeitura de Paulínia**

**Secretaria Municipal de Governo**

**Concorrência nº 03/2026**

**Processo Administrativo nº 29637/2025**

**Objeto: Serviços Publicitários Institucionais**

A (Empresa) inscrita no CNPJ n. ....por intermédio de seu representante o(a) Sr(a) ....., portador (a) da Carteira de Identidade RG. N. .... e do CPF ....., DECLARA sob as penas da Lei:

- 1) Conhecimento do instrumento convocatório;
- 2) Ter recebido o **ENVELOPE 01**, assim como todos os documentos e informações necessários à participação nesta Concorrência, conhecendo e acatando as condições para o cumprimento das obrigações objeto da licitação;
- 3) Inexistência de impedimentos para a participação, ou seja, que não incorre em nenhum dos casos relacionados nas condições de participação do Edital;
- 4) Que a proposta apresentada foi elaborada de maneira independente;
- 5) Que a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato da desta Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- 6) Que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;
- 7) Que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência antes da adjudicação do objeto da referida licitação; e
- 8) Que o conteúdo da proposta apresenta para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante da Prefeitura Municipal de Paulínia antes da abertura oficial das propostas.

Local, data, nome, R.G, cargo e assinatura do representante legal.



**ANEXO II – MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS**

<b>Razão Social da PROPONENTE:</b>		
<b>Endereço:</b>		
<b>CEP:</b>	<b>Fone:</b>	<b>Fax:</b>
<b>e-mail:</b>	<b>CNPJ:</b>	<b>Inscrição Municipal:</b>

**OBJETO: prestação de serviços publicitários, a ser realizado conforme edital e seus anexos.**

**A presente proposta é válida por \_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) dias\*, a contar de sua apresentação.**

**(\*no mínimo 90 dias)**

1) Declaramos que, na vigência do contrato decorrente da Concorrência n. **03/2026** promovida pela Prefeitura Municipal de Paulínia, serão cobrados os seguintes honorários:

a) Honorários de .....% (.....por cento) sobre serviços externos de produção e outros, incumbidos a terceiros, com a intermediação e sob supervisão da agência;

b) Honorários de .....% (.....por cento) sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, com a intermediação e supervisão da agência;

c) Honorários de .....% (..... por cento) sobre formas inovadoras de comunicação publicitária com a intermediação e supervisão da agência.

d) Remuneração de .....% (.....por cento) do valor da mídia digital contratada com a intermediação da agência, nos casos em que os veículos não remunerem a agência pelo desconto de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei 4.680/65.

e) Desconto a ser concedido à Prefeitura de Paulínia sobre os custos internos, baseados na tabela referencial de custos internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo., .....%(..... por cento);

2) Ficam definidos, **sem estarem sujeitos à pontuação**, os percentuais máximos a serem pagos pela Prefeitura:

a) Remuneração de até 100% (cem por cento) aos Atores e modelos, sobre o cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PAULÍNIA  
Departamento de Suprimentos e Serviços  
Divisão de Licitações

b) Remuneração de até 100% (cem por cento) aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas às peças e campanhas publicitárias realizadas, na reutilização destas por período igual ao inicialmente pactuado.

3) Declaramo-nos cientes de que a Prefeitura Municipal de Paulínia procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei. Informamos conhecer e aceitar as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas no subitem 19.3. Declaramos que comprometemos em envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à PREFEITURA as vantagens obtidas.

<b>LOCAL:</b>	<b>DATA:</b>
---------------	--------------

<b>Nome do REPRESENTANTE:</b>	
<b>RG:</b>	<b>CPF:</b>
<b>Assinatura do REPRESENTANTE:</b>	

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



### ANEXO III – TERMO DE REFERÊNCIA

#### 1. OBJETO (Art. 6º, Inc XXIII, “a” da Lei 14.133/21)

O presente Termo de Referência se destina a compor o processo licitatório para a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, de interesse da Prefeitura Municipal de Paulínia cujo objeto inclui o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

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

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;
- b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias; à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada.
- c) As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea “a” do subitem 3.1.1 terão a finalidade de:
  - i. gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Prefeitura Municipal de Paulínia, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
  - ii. aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
  - iii. possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

#### 1.2. DEFINIÇÕES E INFORMAÇÕES ESSENCIAIS

- a) **Regime de execução:** O regime adotado deverá ser o de empreitada por preço unitário.
- b) **Grupo:** Considerando a indivisibilidade da solução, haverá o agrupamento dos itens em um único lote.
- c) **Justificativa de agrupamento:** Após estudos técnicos, foi determinado a inviabilidade de agrupamento dos itens em diversos lotes. Contratações separadas resultariam na execução insatisfatória dos serviços devido à falta de padronização e otimização no fornecimento e manutenção dos serviços



prestados. A decisão considerou principalmente o fato de que as atividades abrangidas pelo objeto do certame serem interdependentes e correlatas. O serviço de publicidade se constitui em um conjunto de atividades realizadas integradamente, não sendo possível contratar itens separadamente como a criação, a veiculação, a produção, etc. Isso inviabilizaria a política publicitária do estado e faria impraticável a comunicação governamental. Quando a necessidade de comunicação surge, em geral não se tem como esperar que o certame seja processado, sob pena de fazer a ação intempestiva. É próprio da informação publicitária o aproveitamento de oportunidades. Além disso, sob a perspectiva econômica, seria oneroso o lançamento de uma licitação para cada campanha. Dividir essas atividades tornaria a contratação e a execução inviáveis, posto que como mencionado anteriormente, estamos lidando com serviços interdependentes, complementares e correlatos, que devem ser executados por uma única contratada. Portanto para o caso em tela está comprovado que a natureza do objeto do certame não permite a divisão em lotes, e a decisão de adotar lote único e menor preço unitário, foi tomada de acordo com a legislação vigente, por ser técnica e economicamente viável.

**d) Referência de Preços:** Os preços foram obtidos através de pesquisa de mercado, e ainda baseado em contratações existentes em outros entes públicos.

**e) Tipo de Licitação:** Técnica e Preço

## **2. DA JUSTIFICATIVA (Art. 6º, inciso XXIII, “b” da Lei 14.133/21)**

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

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

2.3. As ações do Município têm sido orientadas em quatro eixos estruturantes, intersetoriais e transversais, sem prejuízo de novas demandas que possam ir surgindo ao longo da gestão. Esses eixos, detalhadamente exposto no Estudo Técnico Preliminar



PREFEITURA MUNICIPAL DE PAULÍNIA  
Departamento de Suprimentos e Serviços  
Divisão de Licitações

que deu base para este Termo de Referência, estão integrados entre si e são na sua essência, indivisíveis e, portanto, transversais aos demais. São eles:

I – Enfrentar as diferenças sociais com um conjunto de políticas, programas, projetos e ações, direcionados à garantia do efetivo exercício de cidadania da população e continuar construindo oportunidades que garantam o usufruto dos direitos sociais, políticos e culturais para todos;

II – Cuidar bem do dinheiro público e modernização da gestão pública que traduz o compromisso de uma gestão pautada pela correta aplicação dos recursos públicos, assegurando a cobertura das políticas com as oportunidades de emprego, trabalho, renda e cidadania, possibilitando ainda a modernização contínua da administração pública;

III – Promover o desenvolvimento para todos que reflete a luta permanente e persistente para construir oportunidades de maior acesso da população aos benefícios decorrentes do desenvolvimento sustentável, focado nas pessoas e suas demandas econômicas, sociais, culturais e ambientais e na valorização da cultura e das identidades da população.

IV – Ampliar a infraestrutura e logística com desenvolvimento para todos com o objetivo de reestruturar as ações dessa área visando acessibilidade e utilização democrática dos espaços públicos, na perspectiva de garantir mobilidade das pessoas e bens no território do município e indicar novas possibilidades de qualificar a experiência cotidiana do cidadão.

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

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

2.6. O ambiente da comunicação também mudou, com a inclusão das novas tecnologias que, de um lado, oferecem mais recursos e, de outro, aceleram os processos e alteram uma cultura bastante tradicional de relacionamento entre as comunidades interna e externa das organizações. Assim, temos notícias via satélite e por redes de crescente autonomia comunicacional do cidadão, a diminuição da prestação de serviços públicos



presenciais, o crescente envolvimento da mídia com o mercado, enfim tudo parece indicar que existe uma grande transformação da cultura de comunicação na sociedade contemporânea.

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

### **3 – DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO (Art. 6º, inc. XXIII, “c” da Lei 14.133/21) DA CONTRATAÇÃO DOS SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E SEU FUNDAMENTO.**

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

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

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

3.4. Serão aplicadas, complementarmente à lei n. 12.232/2010, também a Lei Federal n. 14.133/2021, a Lei 4.680/65 e seu Decreto regulamentador n. 57.690/66, o Decreto Federal n. 4563/2002, o Decreto Municipal n. 8.388/23 que regulamenta, no âmbito da Administração Pública Municipal Direta e Indireta do Município de Paulínia, a lei Federal n. 14.133/21.

3.5. O procedimento licitatório se dará na modalidade de Concorrência, por expressa disposição da lei 14.133/21 e, excepcionalmente, na forma presencial, com a apresentação das propostas técnica, de preço e dos documentos de habilitação de forma física, levando em consideração que a manutenção da forma presencial, com apresentação das propostas técnica, de preço e documentos de habilitação justifica-se pela exigência legal quanto à garantia do sigilo na não identificação dos licitantes no Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, na forma do disposto no artigo 6º, inciso IV da Lei Federal n. 12.23/2010.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PAULÍNIA  
Departamento de Suprimentos e Serviços  
Divisão de Licitações

3.6. Adotar-se-á a modalidade “concorrência” no processo licitatório, à vista das disposições do artigo 6º, inciso XXXVIII da Lei 14.133/21 e o critério de julgamento de “técnica e preço”, à vista de serem os serviços de publicidade reconhecidos como serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual, motivo porque esse critério de julgamento foi escolhido, atendendo as disposições do artigo 36, parágrafo 1º., inciso I da Lei supra citada.

3.7. Sendo os serviços publicitários institucionais reconhecidos como de natureza contínua, o contrato a ser firmado entre a Prefeitura Municipal de Paulínia e a licitante que for vencedora do certame poderá ser prorrogado nos termos do artigo 107 da Lei 14.133/21, desde que a prorrogação venha a ser prevista no edital licitatório e que a autoridade competente ateste que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, permitida a negociação com o contratado ou a extinção contratual sem ônus para qualquer das partes.

3.8. Os serviços objeto da presente Concorrência serão contratados com agência de publicidade, cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº4.680/65 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica e funcionamento, nos termos da Lei nº12.232/2010.

3.9. A agência será responsável pela criação de conteúdo, incluindo textos, imagens e vídeo, alinhados com as diretrizes da prefeitura. Essa criação englobará a concepção das peças publicitárias e a realização de todas as etapas para o desenvolvimento das campanhas, supervisionando atividades internas e intermediando com fornecedores externos, tais como produtoras de vídeo, som, gráficas, digitais e outras, para garantir qualidade e conformidade das entregas com as especificações exigidas.

3.10. Na execução das campanhas, a agência atuará na intermediação com veículos de mídia, como televisão, rádio, jornais, redes sociais e mídias alternativas, selecionando os mais adequados para cada campanha e monitorando a veiculação para assegurar o alcance do público-alvo. Esse acompanhamento permitirá ajustes em tempo real, garantindo a eficácia na transmissão das mensagens.

3.11. O contrato inicial terá duração de 12 (doze) meses, com possibilidade de prorrogações conforme a Lei nº14.133/21. Ao final da vigência do contrato e sempre nos limites estabelecidos pela Lei nº14.133/21, o contrato poderá ser renovado para garantir a continuidade dos serviços de publicidade no âmbito da Prefeitura Municipal. Em caso de encerramento, a agência contratada realizará a transição, durante o período remanescente do contrato, concluindo as campanhas em andamento e entregando materiais e relatórios à Prefeitura.



Essa solução visa atender as necessidades da Prefeitura de forma eficaz e em conformidade com a legislação, promovendo o engajamento e a informação da comunidade.

#### **4 – REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO (art. 6º, inc. XXIII, “d” da lei n. 14.133/21)**

4.1. Os serviços, objeto desta Concorrência, deverão ser prestados exclusivamente por agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento e que atendam às demais condições a serem estabelecidas no Edital de Licitação e seus anexos.

4.2. O certificado de qualificação técnica de que trata o artigo 4º e seu parágrafo 1º, da Lei nº12.232/2010 deverá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-padrão (CENP), entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agência de propaganda.

4.3. Considerando a natureza e as especificidades dos serviços a serem executados, não poderão participar da Concorrência empresas reunidas em consórcio. Tal decisão se justifica pela necessidade de uma execução integrada e contínua das campanhas publicitárias, o que requer um alto grau de coordenação e responsabilidade por parte do contratado. A formação de consórcios, com a participação de mais de uma agência, poderia resultar em dificuldades de gestão e comprometer a fluidez da comunicação e a uniformidade das estratégias de marketing, prejudicando a qualidade do serviço prestados. Além disso, a complexidade e os requisitos técnicos específicos para a execução do contrato exigem que a contratada seja uma única entidade, capaz de garantir a plena execução das atividades de forma eficiente e em conformidade com os prazos e metas estabelecidas.

4.4. Não poderão participar da Concorrências as pessoas jurídicas constituídas sob a forma de cooperativa, visto que os serviços objeto da licitação possuem características específicas que tornam inadequada a participação desse tipo de sociedade. A continuidade e a complexidade técnica dos serviços de publicidade a serem executados para a Prefeitura são incompatíveis com a autonomia dos cooperados. O modelo cooperativo pode, portanto, comprometer a continuidade, a execução integrada e a qualidade dos serviços prestados.

4.5. Também não poderão participar desta concorrência a agência de publicidade:

- a) Que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com a Prefeitura Municipal;



PREFEITURA MUNICIPAL DE PAULÍNIA  
Departamento de Suprimentos e Serviços  
Divisão de Licitações

- b) Cuja falência tenha sido decretada ou que estiverem em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
- c) Que tenha sido considerada inidônea pela Administração Pública Federal, estadual ou municipal;
- d) Estrangeira que não funcione no País;
- e) Cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com a Prefeitura Municipal que realiza o certame.
- f) Que atuem sem fins lucrativos.

4.6. Para se habilitar a participar desta Concorrência a licitante deverá apresentar a seguinte documentação:

4.6.1. Habilitação Jurídica

- a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, em se tratando de sociedades comerciais, devidamente registrado e acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, quando se tratar de sociedades por ações. Os referidos documentos deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais, a execução, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;
- b) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registros de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício;
- c) cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante;
- d) Registro comercial, em caso de empresas individual.

4.6.2. Regularidade Fiscal e Trabalhista

- a) inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ);
- b) a inscrição no cadastro de contribuintes estadual e ou municipal, se houver, relativo a domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
- c) certidões de regularidade perante a Fazenda Federal, Estadual e/ou Municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma da lei;
- d) Certidão de regularidade relativa à Seguridade Social e ao FGTS, que demonstre cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei;
- e) certidão de regularidade perante a Justiça do Trabalho;



f) Declaração do cumprimento do disposto no inciso XXXIII do art. 7º. da Constituição Federal.

4.6.2.1. Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as fazendas públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade suspensa e serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

4.6.2.2. Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

4.6.2.3. Para análise das condições de participação das licitantes, também serão realizadas consultas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União – CGU, ao Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP) e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa (CADIN), disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça – CNJ, em harmonia com o disposto no Acórdão 1793/2011, do Plenário do Tribunal de Contas da União – TCU e no artigo 91, parágrafo 4º. Da lei 14.133/2021.

#### 4.6.3. Qualificação Técnica

a) declaração(ões), atestado(os) ou certidão(ões) expedida (s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, que ateste que a licitante prestou à declarante produtos e serviços compatíveis com o objeto desta concorrência, que deverão ser apresentados em papel timbrado assinados, com cargo e identificação dos representantes dos respectivos declarantes.

b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Fórum da Autorregulação do Mercado Publicitário (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no parágrafo 1º. Do artigo 4º. da lei 12.232/2010.

#### 4.6.4. Qualificação Econômico-Financeira

a) Certidão negativa de falência, dentro do prazo de validade;

b) Balanço patrimonial dos dois últimos exercícios sociais, observada a exceção disposto no parágrafo 6º. do artigo 69 da Lei nº14.133/21, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de três meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;



PREFEITURA MUNICIPAL DE PAULÍNIA  
Departamento de Suprimentos e Serviços  
Divisão de Licitações

b1) O balanço patrimonial deverá estar assinado pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

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

b3) O Balanço patrimonial deverá estar registrado na junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo de empresa da licitante e apresentado de acordo com os incisos de I a III ou no Sistema público de Escrituração Digital – SPED.

4.6.4.1. As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano deverão apresentar balanço conforme discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do responsável por sua contabilidade, contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional e autenticado no órgão de registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante:

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

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

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

a) do balanço referido na alínea “b” do subitem 4.6.4, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>01):

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

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

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



b) O índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um ( $>$  ou  $= a 1$ ):

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

4.6.4.3. Os índices de que tratam as alíneas “a” e “b” do item 4.6.4.2. serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, Contador ou outro profissional equivalente, mediante sua assinatura e indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.

4.6.4.4. A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 1 (um) no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea “a” do item 4.6.4.2. deverá comprovar que possui capital mínimo ou patrimônio líquido mínimo de 10% (dez por cento) do valor da verba estimada para a licitação.

4.7. O contrato será gerido e fiscalizado pela Diretoria do Departamento de Comunicação e Cerimonial, através de servidor designado que avaliará o desempenho da agência contratada, mediante reuniões periódicas, análise de relatórios mensais de atividades e controle de entregas conforme cronograma de trabalho definido. Quaisquer desvios ou problemas na execução do objeto contratual serão registrados e reportados para correção imediata.

#### **5. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE E DA CONTRATADA (art. 6º, inciso XXIII, “e” da Lei 14.133/21)**

5.1. São obrigações da Contratante:

5.1.1. A Contratante designará e definirá as atribuições de Fiscal e/ou Gestor responsável pela coordenação e a fiscalização dos serviços contratados, e estabelecerá os procedimentos da fiscalização.

5.1.2. A Contratante comunicará por escrito à agência contratada, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas úteis.

5.1.3. A Contratante fornecerá e colocará à disposição da agência contratada todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços.

5.1.4. A contratante proporcionará condições para a boa execução dos serviços.

5.1.5. A contratante notificará, formal e tempestivamente, a Contratada sobre as irregularidades observadas no cumprimento do contrato.



5.1.6. A contratante notificará a Contratada, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade, abrindo prazo para defesa prévia.

5.1.7. A contratante cumprirá todos os compromissos financeiros assumidos com a contratada.

5.2. São obrigações da Contratada:

5.2.1. A Contratada deverá respeitar as normas e princípios ambientais, minimizando os efeitos dos danos ao meio ambiente, utilizando tecnologias e materiais ecologicamente corretos, adotando, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, na forma do disposto no artigo 144 da lei 14.133/21.

5.2.2. A Contratada não poderá ceder ou transferir no todo ou em parte o contrato, ficando vedado qualquer forma de subcontratação total ou de cessão contratual.

5.2.3. A Contratada manterá todas as condições nas quais o contrato foi assinado durante o seu período de execução.

5.2.4. A contratada deverá apresentar todos os documentos de regularidade quanto aos débitos trabalhistas, tributários, FGTS, INSS e Receita, nas esferas federal, estadual e municipal.

5.2.5. A Contrata, realizará, com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante contratação de terceiros na forma estabelecida pela lei 12.232/2010, de acordo com as especificações estipuladas pela contratante.

5.2.6. A Contratada negociará sempre as melhores condições de preço no tocante aos direitos patrimoniais de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos e aos direitos patrimoniais de uso sobre obras consagradas, nos casos de reutilização de peças publicitárias pela Contratante.

5.2.7. A Contratada fará cotação prévia de preços para todos os serviços realizados por fornecedores, nos termos do artigo 14 da Lei 12.232/2010, observadas as disposições:

a) Devem ser apresentadas, no mínimo, 3 (três) propostas, das quais constarão todos os produtos ou serviços que a compõem, com o detalhamento de suas especificações e custos unitários.

b) As propostas devem ser apresentadas no original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor e a identificação completa.

c) Os fornecedores externos deverão estar cadastrados junto à contratante.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PAULÍNIA  
Departamento de Suprimentos e Serviços  
Divisão de Licitações

d) Se não houver possibilidade de obter três propostas, a agência deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

e) A Prefeitura, como contratante, poderá proceder à verificação da adequação dos preços dos serviços de terceiros em relação aos do mercado.

f) Obter aprovação prévia da contratante, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com o contrato.

g) A contratada não poderá subcontratar outra agência de propaganda para realizar os serviços objeto do contrato.

5.2.8. A contratada providenciará, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da Contratante, de um ou mais serviços, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da agência contratada pelos serviços realizados até a data dessa ocorrência, desde que não tenham sido causadas pela própria contratada ou por terceiros contratados.

5.2.9. A contratada só divulgará informações acerca da prestação dos serviços objeto do contrato, que envolva o nome do município contratante, mediante sua prévia e expressa autorização.

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

5.2.11. A contratada não utilizará o presente contrato como caução ou garantia de qualquer operação financeiras.

5.2.12. A contratada cumprirá toda a legislação federal, estadual e municipal pertinente e responsabilizar-se-á por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.

5.2.13. A contratada cumprirá a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados.

5.2.14. A contratada assumirá, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto do Contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho.

5.2.15. A contratada responsabilizar-se-á pelo ônus resultantes de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados e prepostos, bem como obrigar-se-á por quaisquer responsabilidades



decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do contrato.

5.2.16. A contratada, em caso de ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, adotará as providências necessárias no sentido de preservar a contratante e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará a contratante das importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

5.1.17. Constituem-se responsabilidade da contratada quanto a direitos autorais:

a) ceder à contratante, total e definitivamente, os direitos patrimoniais do uso das ideias, peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após o término da vigência do contrato.

b) condicionar, nos casos de cessão de direitos por tempo limitado, a contratação de serviços com terceiros, pelo período indicado pela contratante e utilizar os trabalhos protegidos pelos direitos autorais ou conexos, dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão.

c) obter dois orçamentos para execução dos serviços pelos fornecedores externos, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão definitiva desses direitos, quando possível, para que a contratante escolha uma das opções.

d) fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obras consagradas incorporadas à peça e os de cessão dos demais direitos.

e) reconhecer que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão de direitos patrimoniais por ela realizados à contratante, será sempre considerada como já incluída no custo da criação.

## **6. EXECUÇÃO DO OBJETO DO CONTRATO (Art. 6, inc. XXIII, "e" da Lei 14.133/21)**

6.1. Os serviços objeto da contratação serão executados e entregues, mediante demanda, na forma de execução indireta, por preço unitário.

6.2. A cada ação publicitária a ser realizada, a Contratante encaminhará previamente um briefing específico com as informações para análise e elaboração do plano de execução pela Contratada.

6.3. A execução do contrato será realizada em etapas sequenciais, assim distribuídas:



- a) Planejamento estratégico pela agência, que realizará levantamento das necessidades da contratante, analisará o público-alvo e definirá as estratégias de comunicação. Apresentará relatório contendo as diretrizes para as ações publicitárias;
- b) Criação das peças publicitárias;
- c) Apresentadas as peças pela contratada, a contratante deverá aprová-la ou solicitar ajustes em prazo médio de cinco dias úteis, sempre por escrito.
- d) Execução das campanhas publicitárias através dos meios definidos, conforme planejamento de mídia aprovado pela contratante.
- e) Acompanhamento da campanha pela contratada, que apresentará relatórios à contratante sobre a divulgação da campanha
- f) Encerramento da campanha, com relatório final contendo a análise dos resultados alcançados e o desempenho das ações publicitárias. Poderá a contratada recomendar a realização de pesquisas sobre o resultado da campanha.

6.4. Contratante e Contratada procurarão realizar reuniões periódicas para acompanhar a execução dos trabalhos e alinhamento de estratégias. Essas reuniões poderão ser presenciais ou de forma digital.

6.5. O prazo total para a execução do contrato será de 12 meses, podendo ser prorrogado mediante justificativa e acordo entre as partes, no limite decenal estabelecida pela Lei 14.133/21.

## **7. GESTÃO DE CONTRATO (art. 6º, inciso XXIII, “f” da lei 14.133/21)**

7.1. A gestão do contrato será realizada através do gestor do contrato, designado pela contratante, garantindo o acompanhamento e fiscalização da execução do objeto contratual, abrangendo todas as etapas da execução, inclusive o de verificar o cumprimento das metas e cronogramas acordados.

7.2. O gestor do contrato, apoiado pelo fiscal do contrato, terá a função de validar as entregas da Contratada e de emitir pareceres técnicos a respeito da execução das atividades, com base nos relatórios e nas avaliações dos resultados das campanhas publicitárias e solicitar correção de eventuais falhas ou não conformidades identificadas durante a execução do contrato, verificando o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à Contratada e às condições de contratação de fornecedores de serviços especializados com a intermediação da Contratada.

7.2.1. O não atendimento das exigências contratuais pela contratada, implicará na possibilidade do gestor adotar as medidas cabíveis, inclusive aplicação de penalidades, na forma previsto no contrato e na lei 14.133/21.



7.3 A fiscalização pela contratante em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva da Contratada, pela perfeita execução dos serviços.

7.4 O preço proposto será fixo e irrevogável por 12 (doze) meses, podendo após este período ser corrigido monetariamente.

## **8. MEDIÇÃO E PAGAMENTO (art. 6, inc. XXIII, “g” da Lei 14.133/21).**

8.1. Os critérios de medição e de pagamento serão estabelecidos de forma clara e objetiva, visando garantir que a execução do contrato seja realizada conforme as condições acordadas e os resultados esperados.

8.2. A medição da execução dos serviços será realizada com base nas entregas de campanhas publicitárias, sejam elas de mídia eletrônica, digital, impressas ou outros formatos acordados.

8.3 O cumprimento dos prazos será monitorado de acordo com o cronograma estabelecido no contrato. Caso haja atrasos ou descumprimentos, deverá ser realizada análise para adotar medidas corretivas necessárias, se for o caso.

8.4 O pagamento da remuneração da contratada não está condicionado aos resultados obtidos com as campanhas, pois dependem de outros fatores, tais como contexto fático nacional, regional e local, convicções ideológicas do público de interesse, postura de servidores públicos no atendimento ao público, condições econômicas, entre outros, os quais podem interferir no grau de atingimento dos objetivos de uma campanha, independentemente, da qualidade técnica da ação de publicidade e dos serviços prestados.

8.5 Os pagamentos serão efetuados mensalmente e após a entrega de cada serviço ou conjunto de serviços publicitários, conforme estipulado no cronograma de execução. Para cada serviço entregue, a contratada deverá emitir a nota fiscal correspondente e o pagamento será realizado no prazo de 30 dias após o ateste pelo gestor, desde que verificação da conformidade da entrega.

8.6 O pagamento dos fornecedores de serviços externos e de veículos de comunicação deverá atender a mesma regra do item 8.5 acima.

8.7 Os pagamentos à contratada e aos fornecedores externos e veículos de divulgação deverão se realizar no prazo de até trinta dias da data da apresentação das respectivas notas-fiscais.

## **9. SELEÇÃO DO FORNECEDOR (art. 6., inc. XXIII “h” da Lei 14.133/21, c.c. art. 14 e seu parágrafo 1º. da Lei 12.232/2010)**

9.1. Em relação à seleção de fornecedores externos de serviços especiais, deverão ser aplicadas as disposições do artigo 14 e parágrafo 1º. da lei 12.232/2010, com a obtenção,



PREFEITURA MUNICIPAL DE PAULÍNIA  
Departamento de Suprimentos e Serviços  
Divisão de Licitações

pela contratada, de no mínimo três orçamentos de empresas previamente cadastradas na Contratante, de igual nível técnico, cabendo à Contratante a escolha do fornecedor a ser contratado.

9.2. Em relação à contratação da agência de publicidade, deve haver estrita observância do art. 5º. da Lei 12.232/2010, sendo que a modalidade de licitação a ser adotada será a da Concorrência cujo critério de julgamento será o de técnica e preço, na proporção de 70% (setenta por cento) de valoração da proposta técnica.

9.3 Os serviços de publicidade compreendem ações estratégicas, originais e criativas, exigindo alta qualidade técnica para que as campanhas publicitárias tenham êxito em seus objetivos, o que justifica a valoração da proposta técnica no percentual de 70% (setenta por cento), como permite o artigo 36, parágrafo 2º. da lei 14.133/2021.

9.4 A proposta de preço com percentual de valoração em 30% (trinta por cento), por sua vez, ao ser considerada na média ponderada com a proposta técnica, assegurará a economicidade para a contratante, sem prejuízo da contratação da agência que demonstre ter a melhor capacidade para executar os serviços do ponto de vista da qualidade.

9.5 A avaliação da proposta técnica será baseada em critérios claros e objetivos que avaliem a qualificação técnica da licitante, sua experiência em campanhas publicitárias semelhantes e à proposta de preço apresentada, garantindo a escolha da proposta mais vantajosa para a Administração Pública.

9.6 A licitação será processada e julgada por Comissão Permanente ou Especial, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.

9.7 As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos 1/3 (um terço) deles não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação, observando-se as regras da lei n. 12.232/2010.

9.8 O edital fornecerá, através de um briefing com um problema de comunicação a ser solucionado, informações suficientes para que os interessados elaborem suas propostas técnicas de forma precisa, clara e objetiva.

9.9 As Propostas Técnicas (compostas de Plano de Comunicação Publicitária e do conjunto de informações sobre as licitantes – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problemas de Comunicação) e de Preço, serão apresentadas pelas licitantes numa primeira sessão. Posteriormente e somente pelas licitantes classificadas



PREFEITURA MUNICIPAL DE PAULÍNIA  
Departamento de Suprimentos e Serviços  
Divisão de Licitações

nessa primeira fase, as licitantes deverão apresentar os documentos de Habilitação, na forma da lei 12.232/2010.

9.10 O Plano de Comunicação Publicitária será apresentado em duas vias, sendo a Primeira de forma apócrifa, que será julgada pela Subcomissão Técnica e o Conjunto de Informações conterá a Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problemas de Comunicação.

9.11 A proposta de preços e os documentos de habilitação serão julgados pela Comissão Permanente ou Especial de Contratação, bem como julgará ela os recursos interpostos na primeira fase.

9.12 Para remuneração da agência são adotadas as disposições do art. 11 da Lei.4.680/65, art. 11 do Decreto n. 57.690/66, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária que estabelecem os preços de mercado, incorporadas ao sistema legal por força do Decreto n. 4563/2002.

9.13 As licitantes deverão apresentar sua proposta de preços mediante a concessão de desconto sobre a Tabela de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do estado de sua base territorial e redução de honorários incidente sobre os custos de produção de serviços externos desenvolvidos sobre a criação da agência, sobre pesquisas e sobre formas inovadoras de comunicação em consonância com novas tecnologias.

Os honorários da agência, sobre produção externa, são fixados no máximo em 15%, conforme item 3.6 e 3.6.1 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária.

Os percentuais de redução dos custos internos e dos honorários sobre produção externa devem ser propostos de forma a não tornar o contrato inexecutável.

<b>QUESITOS</b>	<b>SUBQUESITOS</b>
<b>Plano de Comunicação Publicitária</b>	
	Raciocínio Básico
	Estratégia de Comunicação Publicitária
	Ideia Criativa
	Estratégia de Mídia e não mídia
<b>Capacidade de Atendimento</b>	



<b>Repertório</b>	
<b>Relatos de Soluções de problemas de comunicação</b>	

## **10 APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA**

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

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

### **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**

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

- a) Em papel tipo sulfite, A4 – com até 90 g/m<sup>2</sup> branco;
- b) Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda, capa e contracapa em papel sulfite branco, formato A4, branco e com até 90 g/m<sup>2</sup>;
- c) Espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- d) Títulos, entre títulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- e) Espaçamento “simples” entre linhas e opcionalmente duplo entre parágrafos, títulos e subtítulos.
- f) Alinhamento justificado do texto.
- g) Texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, cor “automático”, corpo 12 (doze);
- h) Numeração em todas as páginas, em fonte Arial 12, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, canto inferior direito.

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

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



10.6. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos sub quesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser elaborado com base no Apêndice Briefing, que fará parte do edital licitatório, observadas as seguintes disposições:

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

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

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

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

a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no Edital, com comentários sobre cada peça e ou material. Essa relação deverá relacionar as peças ou material em dois blocos: o primeiro, com as peças corporificadas, com o limite de 10 peças e o segundo, com as peças não corporificadas, sem limite do número de peças.

b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar 10 (dez) peças como exemplos para corporificar objetivamente sua proposta de solução dos desafios ou problemas, gerais e ou específicos, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

10.6.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia: constituída de:

a) apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;



PREFEITURA MUNICIPAL DE PAULÍNIA  
Departamento de Suprimentos e Serviços  
Divisão de Licitações

b) simulação de plano de distribuição em que a licitante indicará todas as peças e ou material destinados à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas, cujo valor estimado da campanha integral simulada será de **R\$700.000,00 (setecentos mil reais)**.

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

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

Nessa simulação:

- a) Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei 4.680/65;
- c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.
- d) para veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços públicas, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação (tais como mídia programática, *trading desks* e redes sociais) a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia, assim como para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos, definindo em sua proposta quais métricas serão utilizadas para atingi-los (ex: cpm, true views, taxa de impressão, geração de leads, custo por alcance, cpc, cpe, custo por visualização de vídeo, custo por curtida, entre outros).



Para fins desta licitação, a publicidade em plataformas digitais, a exemplo da programação de publicidade nas redes sociais Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e Youtube, está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação

10.6.6 - Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, os quais não precisam seguir a formatação de fonte, tamanho e cores definida para o Plano de Comunicação Publicitária.

#### **Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**

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

I – ter a identificação da licitante;

II – ser datado;

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

#### **Capacidade de Atendimento**

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

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

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

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

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

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



- c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
- d) a sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

### **Repertório**

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

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

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

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

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

10.14. As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 01.01.2020.

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

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

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



### **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**

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

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

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

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

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

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

IV – deverá estar formalmente referendado pelo cliente.

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

10.22. As propostas de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementadas a partir de 01.01.2020.

10.23. É permitida a inclusão de até 03 (três) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

I – as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou PEN DRIVE, podendo integrar o caderno específico previsto no Edital ou ser apresentadas soltas;

II – as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no Edital, em papel A4 ou A3 dobrado ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;



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

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

## **11. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

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

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

11.3. Plano de Comunicação Publicitária

11.4. Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão:

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

11.5. Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do Município de Paulínia e a seus desafios ou problemas, geral e ou específico, de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Município de Paulínia com seus públicos;



d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução dos desafios ou dos problemas, geral e ou específico, de comunicação do Município de Paulínia;

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

f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o Município de Paulínia o mercado no qual se insere, seus desafios ou problemas, geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível.

#### 11.6. Ideia Criativa

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

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

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

d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

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

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

g) sua pertinência às atividades da Prefeitura do Município de Paulínia e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;

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

i) a exequibilidade das peças e ou do material;

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

#### 11.7. Estratégia de Mídia e Não Mídia

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

b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;

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



d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura do Município de Paulínia;

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

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

#### 11.8. Capacidade de Atendimento

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

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

c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Prefeitura do Município de Paulínia;

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

e) a operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura de Paulínia e a licitante, esquematizado na proposta;

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

#### 11.9. Repertório

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

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

c) a clareza da exposição das informações prestadas;

#### 11.10. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

a) a evidência de planejamento publicitário;

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

c) a relevância dos resultados apresentados;

d) a concatenação lógica da exposição.

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



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

<b>QUESITOS/SUBQUESITOS</b>	<b>PONTOS</b>
<b>Plano de Comunicação Publicitária, sendo:</b>	<b>65</b>
Raciocínio Básico	10 pontos
Estratégia de Comunicação Publicitária	20 pontos
Ideia Criativa	20 pontos
Estratégia de Mídia e Não Mídia	15 pontos
<b>Capacidade de Atendimento</b>	<b>15</b>
<b>Repertório</b>	<b>10</b>
<b>Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>10</b>
<b>Pontuação máxima total</b>	<b>100</b>

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

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

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

## **12. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS**

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

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

12.3. Os quesitos a serem valorados são os integrantes do subitem 1.1 da Proposta de Preços da licitante, cujo modelo constituirá um dos anexos do edital, ressalvado que, nos termos do artigo 59, inciso III da Lei 14.133/21 **não será aceito:**

a) **desconto inferior a 40% (quarenta por cento)** em relação aos preços previstos na tabela referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado



de São Paulo a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante, referentes;

b) **percentual de honorários superior a 13% (treze por cento)** incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato, bem como incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

c) **percentual de honorários superior a 14% (quatorze por cento)** incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material.

d) **Percentual de remuneração superior a 20% (vinte por cento)** incidente sobre veiculação de mídia digital intermediada pela licitante, que não proporcione à agência o desconto de agência concedido por veículos de divulgação.

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

### **13. DO VALOR, PRAZO, VIGÊNCIA E DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

13.1 Para a prestação dos serviços será contratada 01 (uma) agência, doravante denominada agência licitante ou contratada, cujo crédito orçamentário para a execução dos serviços será de acordo com o cronograma abaixo estabelecido, que perfaz o valor total estimado de R\$7.000.000,00. (sete milhões de reais)

13.1.1 O crédito correrá por conta da seguinte dotação: 02.03.01.04.131.0006.2.010.339039.01.100000, e demais codificações a serem conjugadas em orçamentos vindouros.

13.1.2 O preço proposto será fixo e irrevogável por 12 (doze) meses, podendo após este período ser corrigido monetariamente. O índice a ser adotado como base para o reajuste de preços será o INPC (IBGE), sendo a data da proposta o marco temporal inicial para a aplicação do reajuste de preço.

13.2 O prazo de vigência da presente contratação será de 12 (doze) meses, contados da data de assinatura do Contrato, podendo ser prorrogado, a critério da administração, segundo as disposições do artigo 107 da Lei 14.133/21 e suas alterações.

### **14. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO**

14.1. Poderão participar desta Concorrência agências de propaganda que atendam às condições deste Edital e apresentem os documentos nele exigidos.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PAULÍNIA  
Departamento de Suprimentos e Serviços  
Divisão de Licitações

14.2. Não poderão participar, direta ou indiretamente, desta licitação:

- a) empresas cujo objeto social não seja pertinente e compatível com o objeto deste Edital;
- b) empresas que se encontrem em processo de dissolução, fusão, cisão ou incorporação;
- c) em regime de consórcio, qualquer que seja sua forma de constituição, e empresas controladas, coligadas, interligadas ou subsidiárias entre si ;
- d) empresas que tenham sócios, gerentes ou responsáveis técnicos que sejam servidores ou dirigentes de órgão ou entidade da Administração Pública Municipal de Paulínia;
- e) suspensa ou impedida de participar de licitação e impedidas de contratar com o Município de Paulínia durante o prazo da sanção aplicada;
- f) declaradas inidôneas para licitar com a Administração Pública, direta e indireta, Federal, estadual ou Municipal, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação.
- g) sociedades estrangeiras não autorizadas a funcionar no País;
- i) empresas integrantes de um mesmo grupo econômico, assim entendidas aquelas que tenham diretores e ou sócios comuns.

**15. GESTOR CONTRATUAL**

NOME: Thiago Scartozzoni Amaro		FUNÇÃO: Diretor do Departamento de Comunicação e Cerimonial	
ENDEREÇO: Rua Almirante Tamandaré, 831, 41A, Jardim Calegaris - 13140-113			
RG: 33967706-5	CPF: 346713388-66	DATA DE NASC.: 19/03/1987	
E-mail particular: thiago@amatocom.com.br		E-mail institucional:	

Aprovo o presente Termo de Referência, bem como estou de acordo com todas as informações prestadas nas declarações e assinaturas acima.

Paulínia, 10 de setembro de 2025.

THIAGO SCARTOZZONI AMARO

Diretor do Departamento de Comunicação e Cerimonial



## **ANEXO IV - BRIEFING**

### **1 – SITUAÇÃO GERAL**

Este briefing destina-se às agências de publicidade que participarão de processo de licitação da Prefeitura Municipal de Paulínia, para o contrato de prestação de serviços de publicidade. Fica a critério da Prefeitura Municipal, a implementação ou não da proposta apresentada pela agência vencedora da licitação.

### **2 – HISTÓRICO / CONTEXTO**

Paulínia está localizada estrategicamente na Região Metropolitana de Campinas (RMC), com uma população de 110.537 habitantes, segundo o censo de 2022. A cidade destaca-se por abrigar um dos maiores polos petroquímicos do Brasil, centrado na Refinaria de Paulínia (Replan), a maior refinaria da Petrobras no país. Essa concentração industrial contribui significativamente para a economia local, resultando em um Produto Interno Bruto (PIB) de aproximadamente R\$ 52,3 bilhões, posicionando Paulínia entre os municípios com os maiores PIBs do país.

Em termos de PIB per capita, Paulínia alcançou R\$ 344.847,17 em 2017, o maior do Brasil naquele ano, impulsionado principalmente pelo setor de refino de petróleo.

A localização estratégica de Paulínia, com acesso facilitado às principais rodovias do estado, como Anhanguera, Bandeirantes e Dom Pedro I, fortalece sua relevância logística e econômica na RMC.

Além do setor industrial, a cidade tem investido no desenvolvimento do setor de serviços, e está retomando sua vocação para a produção de áudio visual, visando diversificar sua economia e promover a cultura local e voltar a ser referência para o Brasil.

No contexto da RMC (Região Metropolitana de Campinas), a segunda maior região metropolitana do estado de São Paulo em população, com mais de 3,1 milhões de habitantes, Paulínia desempenha um papel crucial devido à sua robusta economia industrial e crescimento populacional acelerado.

Em termos de desenvolvimento humano, o Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) de Paulínia passou de 0,722 em 2000 para 0,795 em 2010, indicando melhorias nas áreas de educação, longevidade e renda.

Esses fatores consolidam Paulínia como um município de destaque na RMC, combinando crescimento econômico, desenvolvimento humano e relevância estratégica na região.

A cidade hoje é “dependente” economicamente dos royalties do petróleo, uma “riqueza finita”, que exige um planejamento a médio / longo prazo do Poder Público, no sentido de criar e promover ações para a diversificação da economia do Município.

### **3 – IMAGEM / PROPÓSITO**

Desenvolver uma política municipal de atração de novos negócios de diversos setores.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PAULÍNIA  
Departamento de Suprimentos e Serviços  
Divisão de Licitações

**Missão:** Promover a cidade e todo o seu potencial logístico, como uma força capaz de atrair novos investimentos, a fim de diversificar sua economia e garantir o crescimento sustentável a longo prazo.

**Valores:** Inclusão, transparência, diálogo, inovação, excelência, sustentabilidade, eficácia e diversidade. A Prefeitura Municipal de Paulínia está completamente alinhada ao contexto de estabilidade política, financeira, capaz de se reinventar, para garantir aos seus moradores, cada vez mais, serviços de qualidade e seguir sendo uma referência para a Região Metropolitana de Campinas e todo o nosso Estado

#### 4 – DESAFIO PARA A COMUNICAÇÃO

Criar uma campanha publicitária multimeios, com soluções tradicionais e digitais que posicione Paulínia como um destino atrativo para empresas de médio e grande porte, tanto do Estado de São Paulo quanto de outras regiões do país, destacando suas vantagens competitivas e oportunidades de investimento, destacando:

1. Localização Estratégica e Infraestrutura Logística
2. Estabilidade política e econômica
3. Acesso Rodoviário: Está próxima a importantes rodovias como Anhanguera, Bandeirantes e Dom Pedro I, facilitando o transporte de mercadorias e insumos.
4. Proximidade com Aeroportos: Apenas 30 km do Aeroporto Internacional de Viracopos, um dos principais hubs logísticos do Brasil.
5. Ferrovia e Hidrovia: Potencial para conexão com a malha ferroviária e acesso facilitado ao Porto de Santos.
6. Diversificação Industrial: Além do setor petroquímico e audiovisual, há oportunidades para empresas dos setores como, tecnologia, logística, serviços e agronegócio.
7. Elevado PIB: Em 2022, o PIB de Paulínia ultrapassou R\$ 52 bilhões, tornando a cidade uma das mais ricas do país.
8. Ambiente regulatório favorável: Processos ágeis para licenciamento e instalação de novas indústrias.
9. Áreas disponíveis para desenvolvimento: Distritos industriais e espaços comerciais prontos para receber novos empreendimentos.
10. Mão de Obra Qualificada e Alto IDH
11. Educação e Capacitação: A cidade conta com escolas técnicas, faculdades e parcerias com universidades de Campinas e região.
12. Alto Índice de Desenvolvimento Humano (IDH): Um dos mais altos do estado, garantindo qualidade de vida para os trabalhadores e suas famílias.
13. Qualidade de Vida e Infraestrutura Urbana
14. Serviços públicos de qualidade: Saúde, segurança e lazer bem desenvolvidos.
15. Custo de vida equilibrado: Apesar de ser uma cidade industrial, ainda possui custo competitivo em comparação a Campinas e a capital São Paulo.
16. Alta oferta imobiliária. Destaque para novos condomínios.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PAULÍNIA  
Departamento de Suprimentos e Serviços  
Divisão de Licitações

## 5 - PÚBLICO-ALVO

**Público prioritário:** Empresários e tomadores de decisão de empresas de médio e grande porte, localizadas ou não no Estado de São Paulo, interessados em expansão ou realocação de operações;

**Público secundário:** Empresários e formadores de opinião da Região Metropolitana de Campinas;

**Público terciário:** Moradores da cidade de Paulínia, classes ABC, ambos os sexos, 25+ (A campanha deve também “prestar contas” aos moradores da cidade, mostrando os esforços da Prefeitura para a atração de novos investimentos e conseqüentemente, a melhoria da qualidade de vida da população.);

## 6 - PRAÇAS

**Principal:** Estado de São Paulo.

**Praças secundárias:** Região Metropolitana de Campinas e cidade de Paulínia.

## 7 – VERBA REFERENCIAL E PERÍODO

R\$ 700.000,00 (Setecentos mil Reais);

A alocação dos recursos deverá ser planejada de forma a maximizar o alcance e o impacto junto ao público-alvo, equilibrando investimentos entre os diferentes canais e estratégias

Período: 60 dias seguidos e hipotéticos.

## 8 – RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

Site da Prefeitura, fachada dos próprios públicos, murais das unidades de saúde e escolas, canais da Prefeitura nas redes sociais;

Devem ser indicados precisamente:

- (i) O site oficial da Prefeitura de Paulínia é [www.paulinia.sp.gov.br](http://www.paulinia.sp.gov.br)
- (ii) Nenhuma fachada pode ser utilizada para tal fim
- (iii) Os murais das Unidades Municipais de Educação e Saúde que poderão ser usadas para atos de divulgação podem ser consultados nos sites abaixo:

Saúde <https://www.paulinia.sp.gov.br/portal/secretarias/19/saude/>

Educação <https://www.paulinia.sp.gov.br/portal/secretarias/7/educacao/>

- (iv) A Prefeitura de Paulínia está presente nas redes sociais Instagram e Facebook ([instagram.com/prefpauliniasp](https://www.instagram.com/prefpauliniasp) e [facebook.com/prefpauliniasp](https://www.facebook.com/prefpauliniasp)), além de manter canal no Youtube ([youtube.com/PrefeituradePauliniaSP](https://www.youtube.com/PrefeituradePauliniaSP)) e no Whatsapp (<https://whatsapp.com/channel/0029Vb6an5V3mFY7QHpbu2q>)

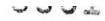
## 8 – IDENTIDADE VISUAL

Usar o Brasão oficial do município;



PREFEITURA MUNICIPAL DE PAULÍNIA  
Departamento de Suprimentos e Serviços  
Divisão de Licitações

A identidade visual da Prefeitura está disponível em:  
<https://www.paulinia.sp.gov.br/identidade2025>



### 9 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

A campanha deverá refletir a imagem de Paulínia como uma cidade próspera, comprometida com o desenvolvimento sustentável e preparada para receber novos investimentos que beneficiem tanto o setor empresarial quanto a população local.

  
**Thiago Scartozzoni Amaro**  
Matrícula: 15874-7  
Diretor de Comunicação e Cerimonial  
THIAGO SCARTOZZONI AMARO  
Diretor do Departamento de Comunicação e Cerimonial



## ANEXO V – MINUTA DE CONTRATO

**CONTRATO SOB Nº ....., OBJETO:....., QUE ENTRE SI  
CELEBRAM O MUNICÍPIO DE PAULÍNIA E .....**

**CONTRATANTE: MUNICÍPIO DE PAULÍNIA**, pessoa jurídica de direito público interno, com sede na Prefeitura Municipal, situada na Avenida Prefeito José Lozano Araújo, nº 1551, Bairro Parque Brasil 500, Paulínia/SP, inscrita no CNPJ/MF sob nº 45.751.435/0001-06.

**REPRESENTANTE DA CONTRATANTE:** Prefeito Municipal, (qualificação), e Sr. Secretário de ....., (qualificação).

**CONTRATADA:** ....., inscrita no CNPJ/MF sob nº ..... e com Inscrição Estadual nº ....., com sede na ....., neste ato representada pelo Sr. .... (qualificação).

### CLÁUSULAS CONTRATUAIS:

#### DO OBJETO

**Primeira:** O objeto do presente instrumento é a \_\_\_\_\_, objeto da Concorrência nº 03/2026, Processo Administrativo nº 29637/2025, Edital nº 18/2026, correspondendo a prestação de serviços de publicidade...

**Parágrafo único:** São anexos a este instrumento e vinculam esta contratação, independentemente de transcrição:

- a) O Termo de Referência que embasou a contratação;
- b) O Edital de Licitação, a Autorização de Contratação Direta e/ou o Aviso de Dispensa Eletrônica, caso existentes;
- c) A Proposta do Contratado; e
- d) Eventuais anexos dos documentos supracitados.

#### DA EXECUÇÃO

**Segunda:** A **CONTRATADA** prestará os serviços, objeto do presente contrato, obedecendo ainda as demais diretrizes previstas no protocolado administrativo nº \_\_\_\_\_ e de acordo com o termo de referência e orçamento apresentado, durante toda a execução do contrato, responsabilizando-se por todos os itens necessários para o fornecimento.

**Parágrafo Primeiro:** O regime de execução deste contrato é o de empreitada por preço unitário.

**Parágrafo Segundo:** Os serviços desta licitação deverão ser iniciados no(s) prazo(s) acordado(s), após o recebimento da Autorização de Fornecimento, conforme previsto no edital, correndo por conta da CONTRATADA as despesas de embalagem,



PREFEITURA MUNICIPAL DE PAULÍNIA  
Departamento de Suprimentos e Serviços  
Divisão de Licitações

montagem, seguros, transporte, tributos, encargos trabalhistas e previdenciários decorrentes da prestação.

**Parágrafo Terceiro:** A gestão contratual deverá ser de responsabilidade da SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO, através do(a) respectivo(a) gestor(a), cujas atribuições são:

- a) Controlar os saldos contratuais e orçamentários;
- b) Controlar os prazos de vigências contratuais, incluindo-se, aditamentos, prorrogações e/ou reajustes;
- c) Aplicar as penalidades previstas no edital e no contrato quando da ocorrência de descumprimento das cláusulas acordadas e solicitar através dos protocolos administrativos as devidas providências;
- d) Solicitar à Contratada e seus prepostos, ou obter da Administração, tempestivamente, todas as providências necessárias para o bom andamento das prestações de serviços;
- e) Acompanhar e atestar o recebimento definitivo dos materiais e produtos, desde que atendidas especificações de responsabilidade da secretaria requisitante e as obrigações contratuais;
- f) Solicitar ou ratificar por escrito o Atestado de Capacidade Operacional e/ou Profissional quando requerido pela contratada, desde que atendidas plenamente as obrigações contratuais devidamente atestado o efetivo cumprimento das mesmas, conforme o edital e contrato para a Divisão de Compras, Fundo Municipal de Saúde ou Secretaria Municipal de Obras e Serviços Públicos;
- g) Atestar e encaminhar ao Setor competente as notas fiscais em estrito cumprimento ao Edital e Contrato para os procedimentos quanto aos trâmites administrativos relacionados aos respectivos pagamentos;
- h) Designar formalmente um servidor para acompanhar a fiscalização da execução de cada contrato de prestação e/ou aquisição de produtos.
- i) Verificar e atestar se o contratado mantém as mesmas condições habilitatórias, bem como a manutenção de regularidade fiscal durante toda a vigência contratual.
- j) Verificar e atestar se o contratado mantém o cumprimento das obrigações trabalhistas, na forma do Art. 121, § 3º da Lei nº 14.133/2021;
- k) Verificar e atestar se o contratado mantém o capital social integralizado compatível com o número de empregados, na forma do art. 4º-B da Lei nº 6.019/1974.

**Parágrafo Quarto:** O prazo para execução dos serviços referente a esta licitação será de 12 (doze) meses a contar da assinatura do contrato, podendo ser prorrogado/alterado nos limites permitidos por Lei.



### **DAS CONDIÇÕES DE RECEBIMENTO DO OBJETO**

**Terceira:** O objeto do presente contrato somente será recebido se estiver plenamente de acordo com as especificações constantes do Protocolado nº \_\_\_\_\_, Concorrência nº \_\_\_\_\_ e da proposta apresentada pela contratada.

**Quarta:** Por ocasião da entrega/prestação, a **CONTRATADA** deverá colher no comprovante respectivo a data, o nome, o cargo, a assinatura e o número do Documento de Identidade (RG), do servidor da **CONTRATANTE** responsável pelo recebimento.

**Quinta:** Constatadas irregularidades no objeto contratual, a **CONTRATANTE** poderá:

- a) se disser respeito à especificação, rejeitá-lo no todo ou em parte, determinando sua substituição ou rescindindo a contratação, sem prejuízo das penalidades cabíveis;
  - a.1) na hipótese de substituição, a Contratada deverá fazê-la em conformidade com a indicação da Administração, no prazo máximo de 03 (três) dias, contados da notificação por escrito, mantido o preço inicialmente contratado;
- b) se disser respeito à diferença de quantidade ou de partes, determinar sua complementação ou rescindir a contratação, sem prejuízo das penalidades cabíveis;
  - b.1) na hipótese de complementação, a Contratada deverá fazê-la em conformidade com a indicação da Contratante, no prazo máximo de 03 (três) dias, contados da notificação por escrito, mantido o preço inicialmente contratado.

**Sexta:** O recebimento do objeto dar-se-á definitivamente no prazo de 90 (noventa) dias corridos, após o recebimento provisório, uma vez verificado o atendimento integral da quantidade e das especificações contratadas, mediante Termo de Recebimento Definitivo ou Recibo, firmado pelo servidor responsável.

### **DA PROPRIEDADE INTELECTUAL E CESSÃO DE DIREITOS**

**Sétima:** A CONTRATADA cede e transfere ao CONTRATANTE, em caráter total, definitivo, irrevogável e irretroatável, todos os direitos patrimoniais de autor sobre os projetos, peças publicitárias, campanhas, fotografias, vídeos, artes finais, jingles, softwares e quaisquer outros materiais criados ou desenvolvidos em razão deste contrato, em obediência à Lei nº 9.610/1998 e à Lei nº 14.133/2021.

**Oitava:** A cessão abrange o direito de utilização, fruição, reprodução, divulgação, distribuição, adaptação, modificação, edição e transmissão dos materiais, em todo e qualquer tipo de suporte ou mídia (impressa, digital, eletrônica, audiovisual), no Brasil e no exterior, sem limitação de tempo ou número de inserções.

**Nona:** A exclusividade da cessão de que trata esta cláusula é oponível inclusive à CONTRATADA, que não poderá utilizar os materiais para fins próprios ou de terceiros, sem autorização prévia e por escrito da CONTRATANTE.

**Décima:** A CONTRATADA responsabiliza-se civil e penalmente, de forma exclusiva, pela originalidade das obras e pela titularidade dos direitos, declarando que obteve as autorizações necessárias de terceiros (incluindo direitos de imagem, voz, trilha sonora, ilustrações, etc.) que porventura tenham colaborado na criação, mantendo a



CONTRATANTE isenta de quaisquer questionamentos judiciais ou extrajudiciais de natureza autoral.

**Décima Primeira:** Os direitos morais do autor, especialmente o direito de crédito (nome do criador), serão respeitados sempre que as referidas obras forem veiculadas ou utilizadas, conforme legislação vigente.

**Décima Segunda:** A contraprestação financeira pelos direitos cedidos está incluída no valor total deste contrato, não sendo devido nenhum pagamento adicional à CONTRATADA, seja a que título for, pela utilização dos materiais.

**Décima Terceira:** É facultado ao CONTRATANTE promover o registro, averbação ou arquivamento das obras e/ou deste instrumento de cessão junto aos órgãos competentes.

### **DO PAGAMENTO**

**Décima Quarta:** O preço, para a presente contratação, é no valor de R\$ ..... (.....).

**Parágrafo Primeiro:** O pagamento será efetuado em 30 (trinta) dias após a entrega da Nota Fiscal/Fatura, que deverá ocorrer após os serviços prestados, atestados e devidamente comprovados pelo órgão responsável, através de depósito na conta corrente da CONTRATADA, junto ao Banco \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_), agência nº \_\_\_\_\_, conta corrente nº \_\_\_\_\_.

**Parágrafo Segundo:** Os pagamentos dar-se-ão condicionados à entrega do material pela CONTRATADA, ficando a Municipalidade autorizada, de pleno direito, a suspender o pagamento, de qualquer uma das parcelas, havendo qualquer interrupção do fornecimento, objeto do presente Termo Contratual, salvo impedimento de força maior, devidamente comprovado.

**Parágrafo Terceiro:** Recebidos os serviços, a Contratada emitirá a respectiva nota fiscal/fatura acompanhada das certidões que comprovem a manutenção das condições habilitatórias nos termos da Lei 14.133/2021, sendo que a manutenção, o acompanhamento e a fiscalização da documentação deverão ser efetuados pela Secretaria Municipal de Governo, através do(a) gestor(a) contratual.

**Parágrafo Quarto:** Conforme o protocolo ICMS 42/09, ficam obrigados a emitir Nota Fiscal Eletrônica – NF-e, modelo 55, em substituição à Nota Fiscal, modelo 1 ou 1-A, a partir de 1º de dezembro de 2010, os contribuintes (Exceto MEI) que, independentemente da atividade econômica exercida, realizem operações destinadas à Administração Pública direta ou indireta.

**Parágrafo Quinto:** A Administração poderá exigir, como condição para a liberação de pagamentos mensais, a apresentação dos seguintes documentos comprobatórios:

- I – Folha de pagamento dos empregados vinculados à execução contratual;
- II – Comprovante de recolhimento do FGTS (Guia GFIP);
- III – Comprovante de pagamento da contribuição previdenciária (INSS);



PREFEITURA MUNICIPAL DE PAULÍNIA  
Departamento de Suprimentos e Serviços  
Divisão de Licitações

IV – Comprovante de quitação dos salários (holerites ou recibos);

V – Comprovante de pagamento de vale-transporte, alimentação e outros benefícios, se previstos;

VI – Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT atualizada.

**Parágrafo Sexto:** Aferidos os produtos e documentos anexados à nota fiscal/fatura pela Secretaria Municipal de Governo, esta emitirá o seu recebimento e encaminhará para a Secretaria Municipal de Finanças providenciar o respectivo pagamento.

**Parágrafo Sétimo:** Os pagamentos a serem efetuados pelo MUNICÍPIO DE PAULÍNIA, não obstante o prazo acima fixado, obedecerão às normas da Lei Federal nº 14.133/2021 e posteriores alterações.

**Parágrafo Oitavo:** As notas fiscais/faturas que apresentarem incorreções serão devolvidas à CONTRATADA e seu vencimento ocorrerá em 05 (cinco) dias após a data de sua apresentação válida.

**Parágrafo Nono:** Não haverá correção monetária entre o ateste da Nota Fiscal e o efetivo pagamento, respeitando os prazos previstos no presente contrato. Porém, ocorrendo inadimplemento / mora no pagamento, incidirá o mesmo coeficiente de atualização monetária previsto no presente contrato. O regramento seguirá as orientações proferidas na Portaria 001/2024/SMF de 20/02/2024, publicada no Diário Oficial do Município em 22/02/2024.

**Décima Quinta:** Os preços são fixos e irrevogáveis pelo período de 12 (doze) meses, a contar da data do orçamento estimado em 08/10/2025. Após cada período de 12 (doze) meses, os valores contratados poderão ser reajustados, visando a adequação aos preços de mercado pela variação percentual, com base no indicador INPC - Índice Nacional de Preços ao Consumidor (IBGE).

#### **DO PRAZO**

**Décima Sexta:** O prazo da contratação terá a duração de 12 (doze) meses, a contar da assinatura do contrato, podendo ser prorrogado, de acordo com o artigo 105 e seguintes, da Lei 14.133/2021.

#### **DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

**Décima Sétima:** As despesas decorrentes da execução deste contrato deverão onerar a dotação orçamentária codificada sob nº .....

#### **DAS GARANTIAS**

**Décima Oitava:** A contratada deverá oferecer garantia – de acordo com o regulamentado nos arts. 96 a 98 da Lei 14.133/2021 - à Prefeitura Municipal de Paulínia, em valor correspondente a 1% (um por cento) sobre o valor inicial do contrato, optando por uma das seguintes modalidades previstas no parágrafo primeiro do artigo 96 da Lei nº 14.133/2021 e posteriores alterações:



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

**Paragrafo Primeiro:** Caso a licitante opte pela modalidade de caução em dinheiro, deverá apresentar comprovante de depósito, através de guia DARM, a ser recolhida a favor da Prefeitura Municipal de Paulínia, na sede do Paço Municipal, na Secretaria Municipal de Finanças, que emitirá o respectivo comprovante.

**Paragrafo Segundo:** A garantia prestada pela contratada será liberada ou restituída com a conclusão do contrato, 30 (trinta) dias após a expedição do Termo de Recebimento Definitivo.

#### **DOS DIREITOS E RESPONSABILIDADES**

**Décima Nona:** É direito da CONTRATANTE exigir o adimplemento contratual, com a efetiva contraprestação.

#### **OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE**

**Vigésima:** São obrigações do Contratante:

- I** - Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pelo Contratado, de acordo com o contrato e seus anexos;
- II** - Receber o objeto no prazo e condições estabelecidas no Termo de Referência;
- III** - 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;
- IV** - Acompanhar e fiscalizar a execução do contrato e o cumprimento das obrigações pelo Contratado;
- V** - Efetuar o pagamento ao Contratado do valor correspondente ao fornecimento do objeto, no prazo, forma e condições estabelecidos no presente Contrato;
- VI** - Aplicar ao Contratado sanções motivadas pela inexecução total ou parcial do Contrato;
- VII** - 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;



**VIII** - Observar as diretrizes quanto ao cumprimento obrigatório das Normas Técnicas para servidores/empregados municipais, empregados de empresas contratadas e prestadores de serviço da municipalidade, em cumprimento ao Decreto Municipal nº 8.717, de 12 de outubro de 2024 (Anexo XI).

**IX** - Exigir do Contratado medidas para assegurar o cumprimento das obrigações trabalhistas, na forma do Art. 121, § 3º da Lei nº 14.133/2021;

**X** - Exigir do Contratado a comprovação de capital social integralizado compatível com o número de empregados, na forma do art. 4º-B da Lei nº 6.019/1974.

### **OBRIGAÇÕES DO CONTRATADO**

**Vigésima Primeira:** O Contratado deve cumprir todas as obrigações constantes deste Contrato, em seus anexos, assumindo como exclusivamente seus os riscos e as despesas decorrentes da boa e perfeita execução do objeto, observando, ainda, as obrigações a seguir dispostas:

**I** - Atender às determinações regulares emitidas pelo fiscal do contrato ou autoridade superior;

**II** - Alocar os empregados necessários, com habilitação e conhecimento adequados, ao perfeito cumprimento das cláusulas deste contrato, 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;

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

**IV** - Manter durante toda a vigência do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições exigidas para habilitação na licitação, ou para qualificação, na contratação direta;

**V** - A **CONTRATADA** deverá prestar os serviços solicitados, obedecendo ainda as demais diretrizes previstas no protocolado administrativo nº \_\_\_\_\_, Concorrência nº \_\_\_\_\_ e de acordo com o termo de referência e orçamento apresentado, durante toda a execução do contrato, responsabilizando-se por todos os itens necessários para o fornecimento;

**VI** - 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;

**VII** - Cumprir rigorosamente todas as obrigações previstas em Acordo, Convenção, Dissídio Coletivo de Trabalho ou equivalentes das categorias abrangidas pelo contrato, obrigações trabalhistas, previdenciárias, fiscais e comerciais decorrentes da execução do contrato, inclusive aquelas relativas a seus empregados, prepostos ou



PREFEITURA MUNICIPAL DE PAULÍNIA  
Departamento de Suprimentos e Serviços  
Divisão de Licitações

subcontratados, sendo de sua exclusiva responsabilidade quaisquer encargos decorrentes;

**VIII** - Apresentar, no caso de rescisão contratual de empregados, no prazo de até 10 (dez) dias úteis após a efetivação da rescisão, cópia do Termo de Rescisão do Contrato de Trabalho, comprovantes de pagamento das verbas rescisórias e guias de recolhimento das indenizações devidas;

**IX** - 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;

**X** - Cumprir as normas de proteção ao trabalho, inclusive aquelas relativas à segurança e à saúde no trabalho;

**XI** - Não submeter trabalhadores a condições degradantes de trabalho, jornadas exaustivas, servidão por dívida ou trabalhos forçados;

**XII** - Não utilizar qualquer trabalho realizado por menor de dezesseis anos de idade, exceto na condição de aprendiz, a partir de quatorze anos de idade, observada a legislação pertinente;

**XIII** - Não submeter o menor de dezoito anos de idade à realização de trabalho noturno e em condições perigosas e insalubres e à realização de atividades constantes na Lista de Piores Formas de Trabalho Infantil, aprovada pelo Decreto nº 6.481, de 12 de junho de 2008;

**XIV** - Realizar a recepção e o tratamento de denúncias de discriminação, violência e assédio no ambiente de trabalho;

**XV** - Responsabilizar-se solidariamente por atos e omissões de eventual empresa subcontratada que resultem em descumprimento da legislação trabalhista.

**XVI** - Observar as diretrizes quanto ao cumprimento obrigatório das Normas Técnicas para servidores/empregados municipais, empregados de empresas contratadas e prestadores de serviço da municipalidade, em cumprimento ao Decreto Municipal nº 8.717, de 12 de outubro de 2024 (Anexo XI).

**XVII** - Manter, durante toda a vigência do contrato, capital social integralizado compatível com o número de empregados, na forma do art. 4º-B da Lei nº 6.019/1974, de acordo com o Tema 1.118 do Supremo Tribunal Federal, apresentando, quando solicitada, a respectiva documentação comprobatória, no prazo fixado pela fiscalização contratual;

**XVIII** - O não cumprimento das obrigações trabalhistas pela contratada ensejará:

- a) A retenção de valores devidos, para garantir o adimplemento das obrigações;
- b) A aplicação das sanções previstas neste edital e no contrato;



c) A possibilidade de execução direta das verbas inadimplidas pela Administração, mediante decisão judicial ou nos termos do art. 121, §1º da Lei nº 14.133/2021, com posterior desconto dos valores pagos nos créditos da contratada.

**XIX** - A Administração reserva-se o direito de realizar fiscalização, direta ou por amostragem, sobre o cumprimento das obrigações trabalhistas, podendo solicitar documentos adicionais a qualquer tempo.

### **DAS SANÇÕES**

**Vigésima Segunda:** Comete infração administrativa, nos termos da lei, o licitante que:

I – Com dolo ou culpa, ensejar o retardamento da execução de seu objeto, não mantiver a proposta, falhar ou fraudar na execução do contrato, comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude fiscal;

II - Deixar de entregar a documentação exigida para o certame ou não entregar qualquer documento que tenha sido solicitado pelo/a pregoeiro/a durante o certame;

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

A - Não enviar a proposta adequada ao último lance ofertado ou após a negociação;

B - Recusar-se a enviar o detalhamento da proposta quando exigível;

C - Pedir para ser desclassificado quando encerrada a etapa competitiva;

D - Deixar de apresentar amostra;

E - Apresentar proposta ou amostra em desacordo com as especificações do edital;

IV - Não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta ou recusar-se, sem justificativa, a assinar o contrato ou a ata de registro de preço, ou a aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração.

V - Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação.

VI - Fraudar a licitação.

VII - Comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza, em especial quando:

A - Agir em conluio ou em desconformidade com a lei;

B - Induzir deliberadamente a erro no julgamento;



PREFEITURA MUNICIPAL DE PAULÍNIA  
Departamento de Suprimentos e Serviços  
Divisão de Licitações

C - Apresentar amostra falsificada ou deteriorada;

VIII - Praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação.

IX - Praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei n.º 12.846, de 2013.

**Vigésima Terceira:** Com fulcro na Lei nº 14.133, de 2021 e Arts. 156 e 157 do Decreto nº 8.388/2023 e suas alterações, a Administração poderá, garantida a prévia defesa e o contraditório, aplicar aos licitantes e/ou adjudicatários as seguintes sanções, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal:

A - Advertência;

B - Multa;

C - Impedimento de licitar e contratar com o Município de Paulínia; e

D - 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.

**Vigésima Quarta:** Na aplicação das sanções serão considerados:

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 a Administração Pública;

E - A implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

**Vigésima Quinta:** A multa será recolhida em percentual de 0,5% a 30% incidente sobre o valor do contrato licitado / valor empenhado (*em caso de Ata de Registro de Preços da respectiva Autorização de Fornecimento*, recolhida no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da comunicação oficial.

I - Para as infrações previstas na Clausula Décima Quinta - Inc. I, II e III: a multa será de 0,5% a 15% do valor do contrato licitado.

II - Para as infrações previstas na Clausula Décima Quinta - Inc. IV, V, VI, VII, VIII e IX: a multa será de 15% a 30% do valor do contrato licitado.

III - Por dia de atraso na entrega injustificado: 0,5% por dia de atraso, sobre o valor solicitado na entrega, conforme Autorização de Fornecimento ou Solicitação de Compra, até o Trigésimo dia, configurando-se, após esse prazo, a hipótese de rescisão unilateral da avença por parte dessa Administração pela inexecução, parcial ou total, de seu objeto.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PAULÍNIA  
Departamento de Suprimentos e Serviços  
Divisão de Licitações

IV – Por inexecução contratual parcial: 15% sobre o valor do saldo contratual (*em caso de Ata de Registro de Preços*) da respectiva Autorização de Fornecimento.

A – Sobre a parcela não executada do ajuste decorrente deste certame; ou por material não aceito pela Contratante e não substituído no prazo fixado por esta, prazo este que não excederá 15 (quinze) dias úteis, contados da intimação.

V – Por inexecução contratual total: 30% sobre o valor do contrato licitado (*em caso de Ata de Registro de Preços*) da respectiva Autorização de Fornecimento.

VI – As multas, calculadas como acima, deverão ser recolhidas no prazo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada por esta Administração.

A - As multas, calculada como acima, poderão ser deduzidas, até seu valor total, de quaisquer pagamentos devidos à adjudicatária, mesmo que referentes a outras avenças, ou deduzidas de eventual garantia de contrato. Poderão, alternativamente, ser inscritas em Dívida Ativa do Município para cobrança executiva ou cobradas judicialmente.

B - Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor de pagamento eventualmente devido pela Administração ao contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente.

**Vigésima Sexta:** 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.

**Vigésima Sétima:** 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.

**Vigésima Oitava:** A sanção de impedimento de licitar e contratar será aplicada ao responsável em decorrência das infrações administrativas, 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.

**Vigésima Nona:** Poderá ser aplicada ao responsável a sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, em decorrência da prática das infrações acima discriminadas, 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.

**Trigésima:** A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato, ou em aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração, caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida e o sujeitará às penalidades e à imediata perda da garantia de proposta em favor do órgão ou entidade promotora da licitação.



**Trigésima Primeira:** 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 será nomeada pelo Secretário da Pasta requisitante - 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.

**Trigésima Segunda:** 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 – Sr. Prefeito Municipal, que deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do recebimento dos autos.

**Trigésima Terceira:** 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.

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

**Trigésima Quinta:** A aplicação das sanções previstas neste edital não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral dos danos causados.

#### **DA LICITAÇÃO**

**Trigésima Sexta:** Este contrato fica vinculado ao Edital nº. ....../..... na modalidade licitatória Concorrência, objeto do Protocolado nº......./..... bem como à proposta da CONTRATADA, cujos elementos ficam fazendo parte integrante deste instrumento, independente de transcrição.

#### **DA EXTINÇÃO DO CONTRATO**

**Trigésima Sétima:** O contrato se extingue quando cumpridas as obrigações de ambas as partes, ainda que isso ocorra antes do prazo estipulado para tanto.

**Parágrafo Primeiro:** Quando a não conclusão do contrato referida no item anterior decorrer de culpa do contratado, ficará ele constituído em mora, sendo-lhe aplicáveis as respectivas sanções administrativas.

**Parágrafo Segundo:** Poderá a Administração optar pela extinção do contrato e, nesse caso, adotará as medidas admitidas em lei para *a continuidade da execução contratual*.

**Trigésima Oitava:** Constituirão motivos para extinção do contrato, assegurados o contraditório e a ampla defesa, as situações previstas no art. 137 da Lei 14.133/2021.



**Parágrafo Único:** A extinção do contrato, observando disposto nos artigos 138 e 139 da Lei 14.133/2021, poderá ser:

- I – Determinada por ato unilateral e escrito da Administração, exceto no caso de descumprimento decorrente de sua própria conduta;
- II – Consensual, por acordo entre as partes, por conciliação, por mediação ou por comitê de resolução de disputas, desde que haja interesse da Administração;
- III – Determinada por decisão arbitral, em decorrência de cláusula compromissária ou compromisso arbitral, ou por decisão judicial.

#### **DA LEI GERAL ANTICORRUPÇÃO**

**Trigésima Nona:** Para a execução deste contrato, nenhuma das partes poderá oferecer, dar ou se comprometer a dar a quem quer que seja, ou aceitar ou se comprometer a aceitar de quem quer que seja, tanto por conta própria quanto por intermédio de outrem, qualquer pagamento, doação, compensação, vantagens financeiras ou não financeiras ou benefícios de qualquer espécie que constituam prática ilegal ou de corrupção, seja de forma direta ou indireta quanto ao objeto deste contrato, ou de outra forma a ele não relacionada, devendo garantir, ainda, que seus prepostos e colaboradores ajam da mesma forma

#### **DA LEGISLAÇÃO**

**Quadragésima:** As legislações aplicáveis à execução do contrato são a Lei Federal nº 14.133/2021, o Decreto Municipal nº 8.388/2023 e suas alterações, e, especialmente em relação aos casos omissos, as disposições de Direito Privado, no que for compatível.

#### **DA LEI GERAL DA PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS**

**Quadragésima Primeira:** 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

**Parágrafo Primeiro:** 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.

**Parágrafo Segundo:** É vedado o compartilhamento com terceiros dos dados obtidos fora das hipóteses permitidas em Lei.

**Parágrafo Terceiro:** É dever do contratado orientar e treinar seus empregados sobre os deveres, requisitos e responsabilidades decorrentes da LGPD.

#### **DO FORO**

**Quadragésima Segunda:** As partes elegem o Foro da Comarca de Paulínia, Estado de São Paulo, para dirimir qualquer dúvida que possa advir da execução do presente contrato.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PAULÍNIA  
Departamento de Suprimentos e Serviços  
Divisão de Licitações

E por estarem plenamente justas e contratadas, assinam as partes este instrumento, em duas vias de igual teor e forma, diante de duas testemunhas, para que produza os efeitos de Lei.

Paulínia, de            de 20....



**ANEXO VI - MINUTA DE DECLARAÇÃO REQUISITOS DA HABILITAÇÃO**

Concorrência nº: 03/2026

Protocolado Administrativo nº: 29637/2025

Objeto:

A \_\_\_\_\_ (nome da licitante) \_\_\_\_\_, por seu representante legal (doc. Anexo), inscrita no CNJP sob nº \_\_\_\_\_, com sede à \_\_\_\_\_, nos termos do artigo 63, Inc. I, da Lei nº 14.133/2021, declara para os devidos fins de direito que cumpre plenamente os requisitos da habilitação estabelecidos nas cláusulas do edital em epígrafe.

Sendo expressão da verdade subscrevo-me.

\_\_(Local) \_\_\_\_\_, \_\_(Data) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(Assinatura do Representante Legal)



## ANEXO VII - TERMO DE CIÊNCIA E DE NOTIFICAÇÃO

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 nº 01/2024, 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.

Paulínia, de \_\_\_\_\_ de 2025.

### AUTORIDADE MÁXIMA DO ÓRGÃO/ENTIDADE:

Nome:

Cargo:

CPF:

Assinatura: \_\_\_\_\_



**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: \_\_\_\_\_

Nome:

Cargo:

Assinatura: \_\_\_\_\_

**PELA CONTRATADA:**

Nome:

Cargo:

CPF:

Assinatura: \_\_\_\_\_

**ORDENADOR DE DESPESAS DA CONTRATANTE:**

Nome:

Cargo:

CPF:

Assinatura: \_\_\_\_\_

**GESTOR(A) DO CONTRATO:**

Nome:

Cargo:

CPF:

Assinatura: \_\_\_\_\_



## ANEXO VIII - 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.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20\_\_\_\_.  
(Local e data)

\_\_\_\_\_  
(Representante legal — nome, cargo e assinatura)



**ANEXO IX – PROCURAÇÃO PARA ASSINATURA DO CONTRATO**

Concorrência nº 03/2026

Objeto: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

A empresa \_\_\_\_\_, inscrita no CNPJ sob nº \_\_\_\_\_, situada na \_\_\_\_\_, Bairro \_\_\_\_\_, Cidade \_\_\_\_\_, Estado \_\_\_\_\_, por seu representante legal \_\_\_\_\_, nacionalidade \_\_\_\_\_, estado civil \_\_\_\_\_, portador da cédula de identidade de RG nº. \_\_\_\_\_ e inscrito no CPF (MF) sob nº. \_\_\_\_\_, pelo presente instrumento, nomeia e constitui seu bastante procurador, nacionalidade \_\_\_\_\_, estado civil \_\_\_\_\_, portador da cédula de identidade de RG nº. \_\_\_\_\_ e inscrito no CPF (MF) sob nº. \_\_\_\_\_, ao qual confere poder específico para assinatura do contrato e do termo de ciência e de notificação referentes à Concorrência supracitado.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20\_\_\_\_.

(Local e data)

\_\_\_\_\_

(Representante legal — nome, cargo e assinatura)



## **ANEXO X – ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR**

### **1. INTRODUÇÃO**

1.1 O presente Estudo Técnico Preliminar tem por finalidade analisar os elementos essenciais à contratação de serviços de publicidade a serem executados por intermédio de agências de propaganda, com vistas a aprimorar a comunicação institucional do Município de Paulínia. A iniciativa visa garantir a divulgação eficaz de programas, ações e políticas públicas, fortalecendo o vínculo entre a Administração e a população, conforme as diretrizes definidas pela Secretaria Municipal de Governo desta municipalidade.

1.2 Para que se compreenda a pertinência desta iniciativa, é fundamental considerar o perfil e as características do Município de Paulínia, localizado na Região Metropolitana de Campinas e reconhecido por sua relevância econômica, industrial e social, com forte presença do setor petroquímico e elevado índice de desenvolvimento humano. Em um contexto de crescente urbanização, dinamismo econômico e complexidade administrativa, a comunicação institucional desempenha papel estratégico para assegurar a transparência dos atos públicos, o acesso à informação e a ampliação da participação social.

1.3 A relevância da publicidade institucional encontra fundamento no art. 37, § 1º, da Constituição Federal, segundo o qual a divulgação dos atos, programas, obras e serviços públicos deve ter caráter educativo, informativo ou de orientação social. Essa diretriz é reforçada pelo art. 5º, XIV e XXXIII, da Constituição, que consagram o direito fundamental à informação. Além disso, a Lei nº 12.232/2010 estabelece o regime jurídico aplicável às contratações de serviços de publicidade realizadas pelos entes públicos, disciplinando de forma específica os instrumentos e procedimentos voltados à seleção das agências prestadoras.

1.4 Diante desse cenário, a Administração Pública Municipal identificou a necessidade de contratar agência especializada que detenha expertise e estrutura técnica adequadas para conceber, executar e acompanhar ações publicitárias integradas. Trata-se de serviço de natureza predominantemente intelectual, cuja efetividade depende de competências específicas para a formulação de estratégias de comunicação, escolha adequada de meios e canais, padronização visual e mensuração de resultados. A contratação visa não apenas ao cumprimento do dever de transparência, mas também à valorização da identidade institucional e o fortalecimento da cidadania.

1.5 Considerando as especificidades do objeto e a busca pelo equilíbrio entre qualidade técnica e economicidade, adota-se como critério de julgamento das propostas a modalidade “técnica e preço”, nos termos do art. 5º da Lei nº 12.232/2010. Esse critério permite aferir a capacidade técnica das agências concorrentes, sem descurar da



análise de custos, assegurando a seleção da proposta mais vantajosa para o Município. Ressalta-se que essa modalidade é amplamente consolidada no âmbito das contratações públicas em todo o território nacional, sendo recorrente em estados e municípios de diferentes portes, o que atesta sua efetividade, segurança jurídica e aderência às boas práticas administrativas.

## **2. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO**

2.1 A Secretaria Municipal de Governo tem a atribuição de promover a execução, coordenação e organização da publicidade institucional dos órgãos e entidades da administração municipal, distribuição da publicidade oficial, gestão das informações do Portal do Cidadão e comunicação com a imprensa. Essa Secretaria também é responsável pelo planejamento, desenvolvimento e execução das ações de comunicação do Município de Paulínia, incluindo aquelas voltadas à publicidade institucional e de utilidade pública, com observância aos princípios da eficiência, economicidade e transparência.

2.2 A comunicação do Poder Executivo Municipal se constitui como uma necessidade que decorre do princípio da publicidade, insculpido no §1º do artigo 37 da Constituição Federal. Esse princípio assegura o direito da população de ter acesso aos atos administrativos e às informações de interesse público, ao passo em que também confere aos gestores públicos o dever de divulgar tais atos e informações, viabilizando o controle da legalidade, da moralidade e da eficiência na gestão pública.

2.3 De acordo com a Constituição Federal e demais normas relativas ao tema, a publicidade dos atos, dos programas, das obras e dos serviços públicos deve ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, vinculando-se aos interesses coletivos e objetivos sociais. Cumpre, assim, papel institucional de relevo, fortalecendo os instrumentos de cidadania, incentivando a transparência e fomentando a participação democrática.

2.4 Nesse cenário, a publicidade institucional revela-se uma ferramenta estratégica de comunicação social, representando investimento público qualificado. Por meio da aquisição planejada de espaços em veículos de mídia, assegura-se a difusão adequada das políticas públicas, a ampliação do alcance das campanhas governamentais e a efetividade das ações da Administração Pública Municipal perante os diferentes segmentos da população.

2.5 Para que essa iniciativa seja implementada de modo adequado e eficaz, a Secretaria Municipal de Governo deve combinar as competências de suas equipes internas com a expertise de uma agência de propaganda qualificada, selecionada por meio de processo licitatório, na forma como estabelecido na legislação. Tais agências detêm conhecimentos técnicos especializados, recursos operacionais e profissionais



qualificados para propor soluções criativas que atendam às necessidades de comunicação identificadas e contribuam para que a Administração Pública Municipal alcance as metas estabelecidas e promova a rentabilização dos investimentos em ações publicitárias.

2.6 No Município de Paulínia, com sua rica história e papel de destaque econômico, social e cultural, a contratação de serviços especializados em publicidade não é apenas uma necessidade sob o ponto de vista normativo. Trata-se, também, de uma medida relevante para a valorização da identidade local, o fortalecimento das políticas públicas e a construção de um projeto comum de desenvolvimento urbano e qualidade de vida.

2.7 Além disso, a comunicação institucional também atua como mecanismo de promoção das potencialidades do Município, contribuindo para atrair investimentos, impulsionar o empreendedorismo, gerar emprego e renda e consolidar políticas públicas sustentáveis e eficientes. Esse conjunto de externalidades positivas trazidos pela comunicação institucional se reverte em avanços e mais qualidade nos serviços de utilidade pública e amparo social a todos.

2.8 Diante da crescente modernização da gestão pública e da relevância dos programas de cidades inteligentes (*Smart Cities*), especialmente considerando que Paulínia integra uma das regiões mais dinâmicas do país, é importante que a comunicação institucional acompanhe as transformações tecnológicas e sociais. A estruturação de um projeto de comunicação pública eficiente torna-se, assim, ferramenta essencial de gestão, transparência e qualificação dos serviços públicos.

2.9. Paulínia, situada no interior do Estado de São Paulo, possui 110.537 habitantes (Censo IBGE 2022) e abriga um dos maiores polos petroquímicos da América Latina, tendo como destaque a Refinaria do Planalto (Replan). Com um PIB per capita de R\$ 457.517,70, o Município figura entre os mais ricos do país, o que reforça a necessidade de uma comunicação pública à altura de sua relevância e complexidade administrativa.

2.10. O orçamento estimado para o exercício de 2025 é de R\$ 3,1 bilhões, com ênfase nas áreas de educação e saúde. Em 2021, o PIB total do Município alcançou R\$ 52,3 bilhões, o que o posicionou na 21ª colocação nacional, com um PIB per capita de R\$ 457.517,70 – o 9º maior do país. A comparação entre o orçamento municipal de 2025 e o PIB de 2021 revela que o orçamento representa aproximadamente 5,9% do PIB total, o que demonstra a robustez da capacidade arrecadatória e de investimento do Município, reforçando a importância da comunicação para promover a transparência em relação ao uso eficiente dos recursos públicos.



2.11. A localização estratégica de Paulínia, nas proximidades de importantes rodovias, a apenas trinta minutos do Aeroporto Internacional de Viracopos — um dos principais terminais de carga da América Latina e também um dos maiores aeroportos de passageiros do País —, bem como sua inserção em um eixo de relevantes centros urbanos, favorece a atração de empresas de grande porte e impulsiona o desenvolvimento econômico local. Em 2024, o Município ocupou a 35ª posição entre os 50 municípios que mais geraram empregos no Estado de São Paulo, reflexo da sua robusta estrutura industrial e da presença de empresas nos setores petroquímico, químico, farmacêutico e de embalagens.

2.12. No campo da educação, destaca-se pelo IDHM de 0,795 e pelos resultados no IDEB de 2021 (6,6 nos anos iniciais e 5,1 nos anos finais do ensino fundamental). A rede pública conta com 58 escolas municipais e mais de 14 mil matrículas, demonstrando o porte da estrutura educacional local e a importância de ações de comunicação voltadas à comunidade escolar.

2.13. A cultura constitui uma das marcas identitárias mais expressivas do Município de Paulínia, que já abrigou um tradicional Festival de Cinema e conta com um dos maiores teatros públicos do país, o Teatro Municipal. Além disso, o Município de Paulínia também é conhecido por realizar importantes festas e festivais culturais, shows e outros grandes eventos. A divulgação qualificada dessas estruturas e eventos contribui para fortalecer o turismo, valorizar a identidade regional e ampliar o acesso da população às atividades culturais.

2.14. Na área da segurança pública, a cidade mantém índices controlados, destacando-se como uma das cidades mais seguras da região. A estrutura de segurança pública de Paulínia é composta pela Guarda Civil Municipal (GCM), que conta com 198 agentes ativos e uma frota diversificada de veículos, incluindo carros e motocicletas. O Município também possui o Centro de Monitoramento Integrado de Paulínia (CMIP), que opera 24 horas por dia, monitorando 114 prédios públicos.

2.15. A rede municipal de saúde, por sua vez, é composta por diversas unidades para atender às necessidades da população. Entre os principais equipamentos de saúde está o Hospital Municipal Vereador Antônio Navarro, que oferece atendimento 24 horas por meio do serviço de Atendimento Pré-Hospitalar (APH). Além disso, o município conta com Unidades Básicas de Saúde (UBSs) distribuídas estrategicamente, como a UBS Jardim Amélia e a UBS Betel.

2.16. A estrutura administrativa municipal é ampla e subdividida em diversas secretarias, cada uma responsável por políticas públicas específicas, o que resulta em múltiplas demandas de comunicação. Tal estrutura reforça a necessidade de



planejamento centralizado e de estratégias eficazes de divulgação. Nesse sentido, destacam-se as seguintes secretarias:

- Secretaria Municipal de Administração
- Secretaria Municipal de Assistência Social e Proteção à Pessoa
- Secretaria Municipal de Chefia de Gabinete do Prefeito
- Secretaria Municipal de Cidadania e Justiça
- Secretaria Municipal de Cultura, Turismo e Eventos
- Secretaria Municipal de Defesa e Desenvolvimento do Meio Ambiente
- Secretaria Municipal de Desenvolvimento e Gestão de Pessoas
- Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico
- Secretaria Municipal de Educação
- Secretaria Municipal de Esportes
- Secretaria Municipal de Finanças
- Secretaria Municipal de Governo
- Secretaria Municipal de Habitação
- Secretaria Municipal de Inovação, Tecnologia e Conectividade
- Secretaria Municipal da Mulher
- Secretaria Municipal de Obras e Serviços Públicos
- Secretaria Municipal de Mobilidade e Transportes
- Secretaria Municipal de Negócios da Receita
- Secretaria Municipal de Planejamento e Controle Urbano
- Secretaria Municipal de Proteção e Defesa Civil
- Secretaria Municipal de Saúde
- Secretaria Municipal de Segurança Pública
- Procuradoria Geral do Município

2.17. Ao se considerar os desafios e potencialidades de um Município em franca expansão, com demandas crescentes nas mais diversas áreas, torna-se evidente que a publicidade institucional é um canal indispensável de interlocução entre a Administração



PREFEITURA MUNICIPAL DE PAULÍNIA  
Departamento de Suprimentos e Serviços  
Divisão de Licitações

e a sociedade. É por meio dela que se assegura a disseminação equitativa de informações, o acesso universal aos serviços públicos e a construção de vínculos de confiança e participação cidadã.

2.18. Ressalta-se, ainda, que a recente aprovação da reforma tributária pelo Congresso Nacional introduz alterações profundas na distribuição das receitas tributárias entre os entes federativos, com possíveis efeitos sobre a arrecadação e o planejamento orçamentário municipal. Nesse contexto, a utilização da publicidade institucional torna-se ferramenta de suporte à política pública de desenvolvimento econômico, promovendo a divulgação dos diferenciais competitivos do município, a atração de investimentos produtivos e a diversificação da base arrecadatória, em alinhamento ao princípio da eficiência administrativa e da responsabilidade fiscal na gestão dos recursos públicos.

2.19 Diante disso, considerada a necessidade acima descrita, a presente licitação tem por objetivo selecionar, por meio de processo competitivo, uma agência de propaganda apta a atuar em parceria com a Secretaria Municipal de Governo na criação e execução de ações de publicidade institucional em favor do Município de Paulínia. A agência escolhida deverá oferecer expertise técnica para desenvolver estratégias de comunicação eficazes, que promovam a transparência, fortaleçam a cidadania e permitam o controle social das ações governamentais. Além disso, deverá otimizar os investimentos públicos, garantindo eficiência na aplicação dos recursos destinados à publicidade institucional e de utilidade pública, contribuindo assim para o cumprimento das metas estabelecidas pelo Governo Municipal.

2.20 A contratação deverá observar os ditames da Lei nº 12.232/2010, norma específica que rege os contratos de publicidade institucional na Administração Pública, sendo vedadas outras formas de contratação. A licitação constitui, assim, exigência legal e condição de legitimidade para a execução dessa política pública.

2.21 Sob o ponto de vista técnico, a contratação de agência especializada permite à Administração Pública Municipal acessar soluções criativas e inovadoras, com maior precisão na escolha dos meios de veiculação, padronização visual das campanhas e aferição de resultados. Trata-se de serviço de natureza predominantemente intelectual, que exige domínio técnico específico, equipe multidisciplinar qualificada e constante atualização profissional, requisitos indispensáveis para assegurar a efetividade da comunicação institucional.

2.22 Do ponto de vista econômico, a sistemática prevista na Lei nº 12.232/2010 e nas Normas-Padrão da Atividade Publicitária oferece maior economia de recursos à Administração Pública Municipal. A centralização contratual, as negociações em escala com os veículos e fornecedores e o recebimento de bonificações pela agência,



somadas à sua expertise na escolha dos canais de maior retorno, resultam em significativa otimização dos investimentos alocados em publicidade, potencializando a relação de custo-benefício.

2.23 Nesse sentido, para corroborar as conclusões ora projetadas, entende-se pertinente a referência ao estudo “O Valor da Publicidade no Brasil”<sup>1</sup>, desenvolvido pela consultoria Deloitte, a pedido do CENP (Conselho Executivo das Normas Padrão) principal entidade do mercado publicitário no Brasil. De acordo com esse estudo, cada R\$ 1,00 investido em publicidade resulta, em média, num retorno de R\$ 8,54 para a economia. Daí se vê que os investimentos públicos em publicidade não só geram valor, ao promover o acesso à informação e o engajamento social, como também servem de estímulo à atividade econômica, à arrecadação e à sustentabilidade fiscal no âmbito da gestão administrativa.

2.24 O impacto macroeconômico mencionado no estudo da Deloitte é substancial. Em 2020, a contribuição estimada da publicidade para a economia brasileira foi de R\$ 418,8 bilhões – o equivalente a 6% do PIB. Além disso, o setor publicitário é um pilar na geração e sustentação de empregos, sendo responsável por aproximadamente 435 mil postos de trabalho, diretos e indiretos, em 2019.

2.25 Por fim, ainda com relação ao mesmo estudo, ressalta-se o papel fundamental da publicidade para o setor público. De acordo com as informações coletadas, os órgãos e entidades públicas figuram entre os maiores investidores em mídia publicitária, sendo este “um forte indicativo de que a publicidade também é estratégica para políticas públicas (...)”. Trata-se, portanto, de um instrumento essencial para a promoção de ações governamentais, a difusão de informações de interesse coletivo e o fortalecimento do diálogo entre Estado e sociedade, contribuindo diretamente para a efetividade das políticas públicas e a consolidação da cidadania.

2.26 Ressalta-se, ainda, que a Administração Pública está submetida a rígidos preceitos legais quanto à contratação de bens e serviços, sendo imperativa a observância ao devido processo licitatório, nos termos das Leis nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021. Essa exigência, embora essencial à legalidade, impessoalidade e à busca da proposta mais vantajosa, impõe limitações operacionais à gestão da comunicação institucional, especialmente quando inexistente contrato vigente com agência de publicidade.

2.27 A ausência de uma agência regularmente contratada compromete a possibilidade de implementação de estratégias de comunicação coordenadas, contínuas e eficazes. Além disso, a ausência de uma agência também inviabiliza, sob o prisma

---

<sup>1</sup> Disponível em: <https://www.abap.com.br/wp-content/uploads/2021/09/deloittevalorpublicidadeptdigital.pdf>. Acesso em: 26 jun. 2025.



jurídico e técnico, a contratação direta de veículos de comunicação, como emissoras de rádio, televisão, jornais ou mídias digitais, uma vez que não há respaldo legal para justificar, com objetividade e critérios técnicos, a escolha de um veículo em detrimento de outro.

2.28 Em outras palavras, indaga-se: como a Administração Pública poderia justificar tecnicamente a escolha de determinado canal de televisão, rádio ou portal digital, sem incorrer em subjetividade ou em risco de direcionamento da despesa pública? Essa é uma questão relevante, pois a definição dos meios de veiculação exige estudos de mídia, análise de audiência, segmentação de público e estratégias de alcance — tarefas que pressupõem conhecimento técnico especializado, cuja condução deve ser atribuída à agência de publicidade licitada, nos moldes da legislação vigente.

2.29 A contratação de agência especializada assegura a observância aos princípios constitucionais da eficiência, economicidade, publicidade e impessoalidade, conferindo segurança jurídica às ações de comunicação institucional. A atuação da agência, pautada em planejamento estratégico e análise técnica, viabiliza a distribuição equilibrada das campanhas entre os diversos meios de comunicação, considerando critérios objetivos e alinhados aos interesses públicos.

2.30 A esse respeito, destaca-se que a jurisprudência é pacífica quanto à inadmissibilidade da contratação direta de veículos de mídia pela Administração Pública, sem a intermediação técnica de agência de propaganda contratada mediante processo de licitação. Como referência desse entendimento, menciona-se o Prejulgado nº 1.359 do Tribunal de Contas do Estado de Santa Catarina, que reafirma a obrigatoriedade de licitação para a contratação de serviços de publicidade institucional e recomenda que tais serviços sejam executados por intermédio de agência de propaganda.<sup>2</sup>

### **3. PREVISÃO DA CONTRATAÇÃO NO PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL**

3.1. Embora esta contratação não estivesse inicialmente contemplada no Plano de Contratações Anual (PCA) do Município para o exercício de 2025, sua necessidade foi posteriormente identificada e devidamente formalizada por meio de aditamento ao referido plano, de forma a assegurar sua inclusão e permitir o adequado planejamento da despesa. Assim, a presente contratação encontra-se alinhada ao

---

<sup>2</sup> “5. A publicidade e propaganda governamental de caráter institucional nos meios de comunicação privada dependem de prévia licitação nos termos da Lei n. 8.666/93 e da Lei n. 12.232/10, nos casos dos serviços elencados em seu art. 2º. Recomenda-se que sejam realizadas mediante a contratação de agência de publicidade, abrangendo todos os órgãos e entidades (administração direta e indireta) do Poder Executivo municipal, inclusive para fins de definição da modalidade de licitação, observadas, no que couberem, as normas da Lei Federal n. 4680/65, do Decreto n. 57.690/66, com as modificações do Decreto n. 2262/97, as Normas-Padrão da Atividade Publicitária e o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária editado pelo CONAR - Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária.”



planejamento institucional, atendendo às necessidades administrativas e observando as diretrizes estabelecidas no planejamento estratégico vigente.

3.2. Ressalta-se, ainda, que há previsão de recursos orçamentários específicos para suportar a presente contratação, conforme consignado na Lei Orçamentária Anual vigente.

#### **4. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO**

4.1 O princípio da publicidade é um dos pilares do Estado Democrático de Direito. Em uma das suas acepções, esse princípio se traduz no dever de transparência da Administração Pública para com a sociedade, não apenas de forma reativa – assegurando o direito de acesso à informação e permitindo o controle dos atos estatais (art. 5º, XIV, XXXIII e LX, da Constituição Federal) –, mas também por meio de uma atuação proativa, mediante a divulgação de informações relevantes sobre a gestão administrativa, seus serviços, programas e ações, fomentando a participação popular e promovendo a transparência e a prestação de contas.

4.2 A Constituição Federal e a legislação infraconstitucional reconhecem a importância da publicidade institucional, ao estabelecerem diretrizes para que a Administração Pública divulgue os “atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos” (art. 37, §1º, da CF), o que deve ser feito por meio da contratação de agências de propaganda, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010.

4.3 A Lei nº 12.232/2010 estabelece que os serviços de publicidade sejam prestados por agências especializadas, garantindo padrão técnico, uniformidade comunicacional, estrutura atualizada e capacidade de negociação com veículos de mídia e fornecedores, contribuindo diretamente para a economicidade da contratação.

4.4 A contratação em tela demanda a realização de processo licitatório na modalidade concorrência, nos termos do art. 6º, inciso XXXVIII, da Lei nº 14.133/2021, por envolver serviços especiais de natureza predominantemente intelectual.

4.5 Quanto ao tipo de licitação, o art. 5º da Lei nº 12.232/2010 determina que sejam adotados obrigatoriamente os tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”. No caso da presente contratação, opta-se por este último, tendo em vista que a avaliação técnica qualitativa das propostas se revela fundamental para o alcance dos objetivos da comunicação institucional, assegurando a seleção de agência com maior capacidade estratégica, criativa e operacional para atender às demandas específicas do Município de Paulínia.

4.6 De acordo com o art. 36, §1º, inciso I, da Lei nº 14.133/2021 o julgamento por técnica e preço deve ser preferencialmente adotado para serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual, como é o caso dos serviços



de publicidade, desde que demonstrado em Estudo Técnico Preliminar a relevância da avaliação qualitativa das propostas.

4.7 Entre as opções legalmente previstas, como já pontuado, considera-se adequado adotar o tipo “técnica e preço”, por conciliar a aferição da qualidade técnica com a vantajosidade econômica, assegurando uma escolha qualificada e eficiente para o Município de Paulínia. Esse formato permite avaliar, de forma equilibrada, tanto a capacidade criativa e estratégica das agências quanto os custos envolvidos na execução contratual, o que é particularmente relevante em serviços de natureza predominantemente intelectual, como os de publicidade institucional. Trata-se de um critério que assegura maior efetividade na comunicação pública e melhor retorno do investimento realizado pelo poder público.

4.8 Quanto ao tempo de vigência da contratação, é pertinente destacar a natureza continuada dos serviços de publicidade a serem contratados. Nesse sentido, ressalta-se que a interrupção dos serviços de publicidade pode comprometer a execução de ações e políticas públicas programadas pelo Município de Paulínia.

4.9 É por meio das agências contratadas que o Município obtém os serviços de produção, veiculação e supervisão técnica de materiais publicitários, bem como a mediação junto a fornecedores especializados e veículos de comunicação, conforme estabelecido na Lei nº 4.680/1965 e na Lei nº 12.232/2010.

4.10 Assim, a descontinuidade desses serviços prejudicaria a capacidade do Município de cumprir seu dever de informar a população, razão pela qual é recomendável que a contratação permita a prorrogação contratual por iguais e sucessivos períodos, até o limite de 10 anos, nos termos do art. 107 da Lei nº 14.133/2021.

4.11 Considerando ainda a relevância das ações de publicidade do Município de Paulínia, junto à sociedade, frente aos desafios e problemas que se apresentam no dia a dia, entende-se pertinente manter a previsão no edital da possibilidade de prorrogação dos contratos por iguais e sucessivos períodos, limitada a 10 anos, nos termos do artigo 107 da Lei nº 14.133/2021.

4.12 Vale destacar que a prorrogação dos contratos de publicidade, além de não ferir os dispositivos legais vinculados à matéria, vai ao encontro da jurisprudência do Tribunal de Contas da União (TCU), o qual entende que a definição de um serviço



como sendo continuado depende de suas características específicas, ou seja, depende do exame de cada caso concreto.<sup>3</sup>

4.13 Nos termos dos arts. 1º e 4º da Lei nº 12.232/2010, os serviços de publicidade devem ser prestados obrigatoriamente por agências de propaganda certificadas, sendo exigido certificado de qualificação técnica de funcionamento, que pode ser emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida.

4.14 Para participarem na licitação, as agências de propaganda licitantes deverão apresentar documentos e declarações que comprovem sua habilitação jurídica, sua regularidade fiscal e trabalhista, sua qualificação técnica e sua qualificação econômico-financeira, da forma como exigido pela legislação.

4.15 Com o intuito de esclarecer, de modo didático e objetivo, a dinâmica do processo licitatório para contratação de serviços de publicidade, é oportuno descrever suas etapas:

4.15.1 Após a formalização da demanda e a elaboração do Estudo Técnico Preliminar, o ponto de partida é a elaboração do Edital, que deve trazer consigo um briefing com um problema hipotético de comunicação a ser solucionado pelas licitantes em suas propostas técnicas. A título de exemplo, é possível imaginar a possibilidade de que o briefing sugira a elaboração de um plano de comunicação para uma campanha com o objetivo de atrair novos investimentos para Paulínia, por meio da divulgação das potencialidades econômicas do município, como sua localização estratégica, infraestrutura logística, ambiente regulatório favorável e qualidade de vida.

4.15.2 Com base no briefing, as agências elaboram uma proposta técnica, que será avaliada de forma anônima por uma Subcomissão Técnica composta por profissionais da área, nos termos da Lei nº 12.232/2010. O julgamento técnico é uma das etapas mais relevantes das licitações para contratação de serviços de publicidade, e tem como propósito promover um processo de seleção além do critério de menor custo, baseando-se, também, na capacidade das agências de solucionarem a demanda do Poder Público com uma comunicação eficaz e de alto impacto.

4.15.3 Uma vez contratada, a agência vencedora passa a atuar sob demanda. A execução costuma seguir o seguinte fluxo:

a) A secretaria responsável envia um briefing real à agência com a necessidade de comunicação (ex: campanha de vacinação);

---

<sup>3</sup> Vide os seguintes julgados: TCU Acórdão 2618/2006-Segunda Câmara; TCU Acórdão 430/2008-Plenário.



b) A agência desenvolve o planejamento estratégico, as peças criativas (anúncios, posts, vídeos) e o plano de mídia, submetendo-os à aprovação da secretaria responsável.

c) Com a aprovação, a agência realiza a intermediação e supervisão da produção das peças e da compra de espaço na mídia.

d) Ao final, a agência presta contas dos serviços realizados e dos valores investidos, apresentando relatórios de veiculação e resultados (quando mensuráveis), garantindo total transparência na aplicação dos recursos

4.16 Para viabilizar esse fluxo de trabalho, é permitida a intermediação, pela agência de propaganda contratada, dos serviços de produção e execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, prestados por fornecedores especializados, assim como a distribuição dessas peças junto aos veículos de comunicação e divulgação. Essa intermediação ocorre com a devida supervisão da agência, garantindo padronização, qualidade e conformidade com os objetivos da campanha, conforme estabelecido nas Leis nº 4.680/1965 e nº 12.232/2010.

4.17 Entretanto, a agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços de publicidade da mesma natureza da contratada, conforme estabelecido na Lei nº 12.232/2010.

4.18 Sendo assim, o procedimento licitatório visa à obtenção de uma proposta mais vantajosa, tanto em termos econômicos quanto em termos técnicos, sendo a avaliação técnica conduzida por uma Subcomissão específica. Após contratada, a agência de publicidade efetua trabalho genuinamente intelectual e técnica, trabalhando na concepção das soluções de comunicação e na intermediação entre o anunciante, fornecedores e os veículos de comunicação.

## **5. ESTIMATIVAS DAS QUANTIDADES**

5.1 A presente contratação refere-se à prestação de serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual, cuja execução ocorrerá por demanda, de acordo com as necessidades de comunicação institucional do Município de Paulínia. Considerando a dinâmica da gestão pública e a imprevisibilidade das situações que exigem comunicação estratégica – como lançamentos de programas, campanhas de utilidade pública, ações emergenciais ou prestação de contas –, não é possível fixar previamente e de forma exata as quantidades de itens ou entregas a serem executadas.

5.2 Em conformidade com a Lei nº 12.232/2010 e com as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, os serviços contratados serão executados por demanda e estruturam-se em três grandes áreas, que definem a lógica operacional da publicidade institucional:



5.2.1 Criação: corresponde à etapa de natureza essencialmente intelectual, voltada à análise estratégica do problema de comunicação, concepção da campanha, definição de linguagem, elaboração de conceitos, textos, roteiros e peças visuais. A quantidade de entregas nesta etapa varia conforme a complexidade de cada briefing, não sendo possível mensuração prévia em termos numéricos.

5.2.2 Produção: refere-se à execução das peças criadas, com intermediação e supervisão da agência para contratação de fornecedores especializados (produtoras de vídeo, gráficas, fotógrafos, estúdios, etc.). Os custos e quantidades envolvidos dependem do formato aprovado e das características técnicas específicas de cada peça demandada.

5.2.3 Mídia: envolve o planejamento, negociação e aquisição de espaços ou tempos de veiculação nos diversos meios de comunicação (TV, rádio, mídia exterior, digital, impressa, entre outros). A escolha dos veículos, a abrangência e a frequência da veiculação são definidas de forma estratégica para cada campanha, a partir do público-alvo e dos objetivos pretendidos.

5.3. Além das atividades de criação, produção e mídia, integram também o escopo contratual os serviços especializados voltados ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação e os resultados das campanhas publicitárias. Tais atividades são essenciais para embasar tecnicamente as decisões de comunicação, permitindo à Administração compreender o perfil dos públicos com os quais pretende dialogar, identificar os canais de maior efetividade e mensurar os impactos das ações desenvolvidas. Nos termos do art. 3º da Lei nº 12.232/2010, as pesquisas deverão guardar pertinência temática com as campanhas contratadas, sendo vedada a inclusão de conteúdos alheios aos objetivos da publicidade institucional.

5.4. Também se incluem entre os serviços contratados as atividades de criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, com uso de novas tecnologias e soluções criativas que ampliem os efeitos das mensagens institucionais. Essa vertente contempla, por exemplo, a adoção de ferramentas digitais interativas, estratégias de mídia programática, automação de conteúdo, uso de realidade aumentada, gamificação e outros recursos contemporâneos capazes de engajar o cidadão e otimizar o alcance das campanhas. A incorporação de tais inovações permite que a comunicação institucional acompanhe a evolução tecnológica da sociedade, tornando-se mais eficiente, acessível e responsiva às novas formas de consumo de informação.

5.5 Assim, a contratação não envolve uma relação de produtos ou serviços com quantidades fixadas previamente, mas sim a disponibilização de capacidade técnica,



criativa, produtiva e operacional da agência, para que, a cada nova demanda, possam ser planejadas e executadas as ações necessárias, mediante autorização formal da Administração. Todos os serviços prestados deverão observar o valor global estimado no contrato, sendo previamente aprovados pelo Município quanto ao escopo, cronograma e orçamento.

## **6. LEVANTAMENTO DE MERCADO E JUSTIFICATIVA DA SOLUÇÃO ESCOLHIDA**

6.1 O levantamento de mercado confirma que a contratação de agências de propaganda especializadas, por meio de licitação, é a solução padrão e mais eficiente adotada pela Administração Pública em todos os níveis federativos para gerir suas demandas de comunicação institucional. Trata-se de prática consolidada, respaldada pela Lei nº 12.232/2010, que permite ao ente público acessar conhecimento técnico, planejamento estratégico e poder de negociação que não estão disponíveis em sua estrutura interna.

6.2 A escolha do critério de julgamento constitui um dos pontos centrais da presente contratação. A opção pelo tipo “técnica e preço” não configura mera preferência administrativa, mas sim uma decisão fundamentada em critérios objetivos de qualidade e eficiência, voltada à obtenção da proposta mais vantajosa. Considerando que os serviços de publicidade possuem natureza predominantemente intelectual, seu êxito depende, em grande medida, da qualidade da proposta técnica apresentada — da qual decorrem a eficácia da comunicação, a criatividade das campanhas e a capacidade de execução.

6.2.1 Além de contrária à legislação, uma licitação baseada exclusivamente no critério de “menor preço” mostrar-se-ia inadequada, pois poderia culminar na contratação de agência com baixa capacidade técnica, comprometendo os objetivos da comunicação pública e gerando resultados insatisfatórios. Nessa hipótese, haveria risco de desperdício de recursos públicos, diante de campanhas ineficazes ou mal planejadas. Em serviços dessa natureza, o verdadeiro critério de economicidade não é o menor dispêndio imediato, mas a alocação eficiente dos recursos, com geração de valor e impacto institucional efetivo.

6.2.2 O tipo “técnica e preço” viabiliza uma análise mais equilibrada das propostas, ao permitir que apenas as agências com qualificação técnica comprovada possam disputar de maneira competitiva o contrato, sendo igualmente considerada a proposta econômica apresentada. Com isso, promove-se uma seleção que alia excelência técnica e vantajosidade financeira, em consonância com os princípios da eficiência e da busca do melhor interesse público.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PAULÍNIA  
Departamento de Suprimentos e Serviços  
Divisão de Licitações

6.3 A adoção do critério “técnica e preço” em licitações de publicidade institucional é amplamente utilizada por entes federativos de diferentes portes, sendo considerada a solução mais adequada para garantir resultados efetivos em comunicação pública. Municípios com características comparáveis às de Paulínia, tanto em termos orçamentários quanto de complexidade administrativa, têm recorrido a essa modalidade em suas licitações. A título ilustrativo, apresentam-se os seguintes exemplos de contratações recentes com adoção desse critério:

<b>Município:</b>	<b>Valor do contrato:</b>
Osasco	R\$ 13.000.000,00
Guarulhos	R\$ 29.000.000,00
Campinas	R\$ 28.000.000,00
São Bernardo do Campo	R\$ 22.000.000,00
Hortolândia	R\$11.100.000,00
Barueri	R\$18.000.000,00
Maricá (que também tem incentivo de royalties de petróleo)	R\$36.000.000,00

6.4 Esses exemplos demonstram que a opção pelo julgamento por técnica e preço não apenas atende às exigências legais, como também se alinha às melhores práticas administrativas observadas em diferentes contextos, servindo como parâmetro de referência para o Município de Paulínia.

6.5 Por fim, quanto à remuneração, a pesquisa de mercado realizada no presente processo analisou os preços praticados por empresas do setor, com vistas a estabelecer os percentuais máximos de honorários a serem aceitos no certame. Essa medida assegura que as propostas econômicas apresentadas estejam em consonância com a realidade do mercado, conferindo maior segurança, competitividade e legitimidade à contratação.

## **7. ESTIMATIVA DE VALORES**

7.1 Em relação ao valor estimado da contratação, que é de R\$ 7.000.000,00 (sete milhões de reais), a estimativa considerou não apenas o volume, mas a



PREFEITURA MUNICIPAL DE PAULÍNIA  
Departamento de Suprimentos e Serviços  
Divisão de Licitações

complexidade das demandas de comunicação do Município. Foram ponderados os desafios contínuos nas áreas de Saúde, Educação, Cultura, Turismo e Eventos, Segurança, Meio Ambiente e Desenvolvimento Econômico, que exigem um fluxo constante de campanhas informativas e de utilidade pública para engajar a população e garantir o acesso aos serviços.

7.2 Foram ainda considerados, como parâmetros objetivos, o orçamento municipal aprovado para o exercício de 2025, que é de R\$ 3,1 bilhões, e a população de Paulínia, estimada em aproximadamente 115.000 pessoas. Nesse sentido, é pertinente observar que valor da contratação representa 0,31% do orçamento total, isto é, menos de meio por cento do orçamento da cidade, e o custo per capita será de até R\$ 60,87 por morador ao longo de um ano, ou seja, cerca de R\$ 5,05 por mês.

7.3 Para validar a estimativa, foi realizado um levantamento comparativo com outros municípios que possuem contratos de publicidade vigentes, considerando suas respectivas populações e os valores anuais contratados. A análise demonstra que o investimento proposto para Paulínia é compatível com a realidade de cidades com relevância econômica, densidade populacional e desafios administrativos similares:

<b>Município</b>	<b>População (Est. IBGE 2024)</b>	<b>Valor do Contrato Anual</b>
Guarulhos/SP	1.345.364	R\$ 29.000.000,00
Campinas/SP	1.185.977	R\$ 28.000.000,00
Osasco/SP	756.952	R\$ 13.000.000,00
Barueri/SP	330.339	R\$ 18.000.000,00
Hortolândia/SP	247.331	R\$ 11.100.000,00
Maricá/RJ	211.986	R\$ 36.000.000,00

7.5 Além disso, um fator relevante que justifica o valor estimado é a inserção de Paulínia na Região Metropolitana de Campinas (RMC), composta por 20 municípios e mais de 3 milhões de habitantes, com um dos mercados de mídia mais competitivos e de maior custo do país. Para alcançar de forma efetiva seu público-alvo — local e regional — a comunicação institucional do Município exige investimentos robustos em veículos de grande abrangência, como emissoras de televisão (EPTV Campinas, Band Campinas), rádios de ampla audiência (CBN, Jovem Pan, Band FM), portais de grande circulação (G1



Campinas, Cidade On), além de mídias digitais segmentadas. Esse contexto impõe custos de veiculação e produção mais elevados, sobretudo quando o objetivo também envolve o posicionamento estratégico da cidade para atração de investimentos e valorização de sua imagem institucional.

7.6 Como medida de controle e para garantir a conformidade com o disposto na Lei nº 14.133/2021, ressalta-se que o valor estimado foi previamente balizado por sondagens de mercado com fornecedores especializados do setor, o que permitiu identificar margens praticáveis e compatíveis com a realidade local. Adicionalmente, durante a execução contratual, cada ordem de serviço será instruída com no mínimo três cotações de mercado, para assegurar a vantajosidade de cada despesa autorizada, conforme os princípios da economicidade e da boa gestão orçamentária.

7.7 Esses indicadores demonstram que o investimento proposto para Paulínia em comunicação pública é proporcional à sua capacidade fiscal, à complexidade das suas demandas e ao potencial de impacto positivo sobre a população. Trata-se de um valor justificável frente à relevância estratégica da publicidade institucional para a promoção de políticas públicas, engajamento cidadão, acesso a serviços e fortalecimento da identidade e imagem do Município.

## **8. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO**

8.1 Nos termos do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, o objeto de um contrato de serviços de publicidade envolve:

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

8.2 O §1º do mesmo artigo estabelece que nessas contratações possam ser incluídos os seguintes serviços especializados, como atividades complementares:

I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º desta Lei;

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

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



PREFEITURA MUNICIPAL DE PAULÍNIA  
Departamento de Suprimentos e Serviços  
Divisão de Licitações

8.3 O §2º do mesmo artigo estabelece que os contratos de serviços de publicidade deverão ter como objeto exclusivamente as atividades descritas nos §§ 1º e 2º, sendo vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, especialmente assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas, bem como a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

8.4 Quanto às pesquisas e avaliações previstas no inciso I, o art. 3º da Lei nº 12.232/2010 dispõe que somente serão admitidas aquelas que visem aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e os resultados das campanhas publicitárias executadas no âmbito contratual, vedada a inclusão de matérias estranhas ao objeto contratado ou sem pertinência temática com as ações de publicidade.

8.5 Compõem, portanto, o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os seguintes serviços especializados:

a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, relacionados à execução dos contratos;

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

c) à produção de conteúdo, à criação e à execução técnica de ações e peças de comunicação para canais digitais; e

d) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão das mensagens e das ações publicitárias.

8.6 As pesquisas e instrumentos de avaliação contratados deverão ter as seguintes finalidades:

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

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

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

8.7 Ressalta-se que os serviços contratados não abrangem atividades de promoção, patrocínio, assessoria de comunicação, imprensa ou relações públicas, tampouco a realização de eventos festivos de qualquer natureza.



8.8 Não se incluem no conceito de patrocínio, para fins desta vedação, os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que atuem como veículos de comunicação e divulgação institucional.

**9. PARCELAMENTO OU NÃO DA CONTRATAÇÃO (art. 18, §1º, VIII, da Lei 14.133/2021)**

9.1 Considerando a natureza, o volume e a complexidade das demandas de comunicação institucional do Município de Paulínia, verifica-se que não há justificativa técnica ou econômica para o fracionamento do objeto em múltiplos contratos. O parcelamento poderia gerar aumento de custos administrativos e entraves operacionais na gestão contratual, sem acréscimos proporcionais à eficiência ou à economicidade da execução.

9.2 Ademais, os serviços de publicidade exigem abordagem estratégica e integrada, orientada pela coerência entre ações e campanhas. A contratação de mais de uma agência poderia comprometer a uniformidade das mensagens, gerar redundância de esforços e dificultar a fiscalização e mensuração de resultados.

9.3 Dessa forma, opta-se pela contratação em lote único, como medida que assegura maior racionalidade na gestão contratual, preserva a coerência das ações publicitárias e permite o pleno acompanhamento técnico das entregas, em conformidade com o disposto no art. 18, §1º, inciso VIII, da Lei nº 14.133/2021.

**10. RESULTADOS PRETENDIDOS EM TERMOS DE ECONOMICIDADE E DE MELHOR APROVEITAMENTO DOS RECURSOS HUMANOS, MATERIAIS E FINANCEIROS DISPONÍVEIS (art. 18, §1º, IX, da Lei 14.133/2021)**

10.1 A contratação de serviços de publicidade objetiva aumentar a visibilidade dos programas, ações e projetos implementados pela gestão municipal, assegurando transparência na comunicação institucional e estimulando a participação cidadã.

10.2 Em termos de economicidade, a centralização das demandas em uma contratação especializada promove maior eficiência na alocação dos recursos públicos, evitando despesas pulverizadas e racionalizando os custos com produção e veiculação de conteúdo. A definição prévia de estratégias e formatos publicitários viabiliza um planejamento orçamentário mais preciso, garantindo a execução dos serviços dentro dos limites financeiros do Município.

10.3 Quanto ao aproveitamento dos recursos humanos e materiais, a contratação permitirá às equipes técnicas da Administração Pública Municipal concentrar-se em suas atribuições finalísticas, reduzindo desvios de função e melhorando a qualidade da gestão. A atuação de agência especializada proporcionará o



uso de ferramentas e metodologias profissionais, ampliando o alcance e a eficácia das campanhas.

10.4 Do ponto de vista financeiro, a adoção de critérios técnicos na seleção da agência assegura maior retorno sobre o investimento, permitindo que cada ação de comunicação seja planejada estrategicamente, com foco nos públicos-alvo e meios mais adequados. O processo competitivo garantirá a seleção da proposta mais vantajosa, combinando qualidade técnica e custo-benefício.

10.5 Destacam-se, a seguir, impactos estruturais da comunicação institucional na Administração Pública Municipal:

10.5.1. Impacto social:

A comunicação eficaz amplia o acesso às políticas públicas e fortalece a cidadania, ao garantir que informações sobre saúde, educação, segurança e assistência social cheguem de forma clara e direcionada à população. Campanhas bem elaboradas elevam a adesão a programas sociais e incentivam o engajamento da comunidade.

10.5.2. Impacto econômico e atração de investimentos:

A imagem institucional do município tem influência direta na atração de investimentos, no fortalecimento do comércio local e no crescimento econômico. Uma estratégia de comunicação integrada melhora a percepção da cidade para investidores nacionais e internacionais, destacando seus diferenciais competitivos, infraestrutura, qualidade de vida e potencial econômico.

Cidades que investem em comunicação profissional conseguem:

- Atrair novos negócios e indústrias, resultando na geração de empregos e aumento da arrecadação;
- Incentivar o turismo e o consumo local, fortalecendo o comércio e o setor de serviços;
- Apoiar o pequeno empreendedor com informações sobre incentivos fiscais, capacitações e acesso a crédito.

10.5.3. Comunicação e novas tecnologias:

A comunicação governamental deve acompanhar as transformações tecnológicas para tornar os serviços públicos mais acessíveis, ágeis e eficientes. O uso de redes sociais, portais digitais e aplicativos permite à população obter informações e acessar serviços essenciais de forma prática e segura. Comunicar essa transformação com eficiência, garantindo acesso a essas novas tecnologias a todas as camadas sociais, é papel direto da comunicação.



Benefícios dessa modernização incluem:

- Transparência e agilidade: prestação de contas e avisos oficiais de maneira rápida e acessível;
- Serviços digitais: Agendamento de consultas médicas, emissão de documentos e atendimento ao cidadão via aplicativos e assistentes virtuais, são exemplos;
- Interação com a população: Canais de comunicação diretos com a prefeitura para receber demandas e sugestões, ter acesso a serviços de utilidade pública.

A digitalização dos serviços públicos reduz custos operacionais, melhora a eficiência da gestão municipal e aumenta a participação cidadã, tornando o governo mais próximo e acessível à sociedade.

#### 10.5.4. Comunicação e construção de uma cidade Inteligente (*Smart City*):

Para que um município se destaque no cenário nacional e internacional, é fundamental posicioná-lo como uma cidade inteligente, alinhada ao conceito de *Smart Cities*. Esse conceito envolve a aplicação de tecnologia para melhorar a qualidade de vida da população, otimizar os serviços públicos e atrair investimentos.

A comunicação desempenha um papel fundamental ao:

- Divulgar inovações e soluções tecnológicas adotadas pelo município;
- Fortalecer a imagem da cidade como um polo de inovação e desenvolvimento sustentável;
- Atrair empresas de tecnologia e investidores interessados em soluções urbanas inteligentes.

Serviços como mobilidade urbana integrada, gestão eficiente de energia e dados abertos para monitoramento da cidade devem ser amplamente divulgados, fortalecendo a percepção do município como um ambiente moderno, inovador e sustentável.

#### 10.5.5. Fortalecimento da imagem institucional e eficiência na comunicação:

O município precisa de uma identidade visual sólida e uma narrativa estratégica que transmita credibilidade, inovação e comprometimento. A desinformação (*fake news*) e a comunicação desarticulada podem comprometer a reputação da gestão e reduzir a adesão da população a programas essenciais. Profissionais especializados garantem consistência, assertividade e segmentação na comunicação, utilizando diferentes plataformas, como redes sociais, rádio, TV, mídia OOH e DOOH, Internet, materiais impressos e todas as ferramentas e meios de comunicação.



10.5.6. Importância da comunicação para os setores de cultura e turismo, incluindo o de negócios:

A comunicação estratégica é fundamental para promover os setores de cultura e turismo de negócios no município. Uma divulgação eficaz das atrações culturais, eventos e oportunidades de negócios fortalece a imagem da cidade, atraindo visitantes e investidores. Por meio de campanhas direcionadas, é possível destacar o patrimônio cultural, festivais e feiras, posicionando o município como um destino atrativo para turismo cultural e corporativo. Além disso, a comunicação eficiente facilita parcerias com o setor empresarial, promovendo o desenvolvimento econômico local.

Resgatar a importância cultural da cidade, valorizando seus equipamentos culturais e o reconhecimento do Polo de Cinema — um setor que vem sendo amplamente retomado no Brasil — pode beneficiar toda a classe cultural e artística, tanto regional quanto nacional. Além disso, essa iniciativa fomenta novos negócios, gera empregos e fortalece a imagem da cidade no cenário nacional, posicionando Paulínia como um protagonista cultural no país.

10.5.7. Importância da comunicação para infraestrutura e mobilidade urbana:

Nos últimos anos, Paulínia tem vivenciado um crescimento significativo em sua frota de veículos. Em 2024, foram registrados 4.121 novos emplacamentos, representando um aumento de 35,8% em relação ao ano anterior. Esse crescimento demanda investimentos em infraestrutura viária e estratégias de mobilidade urbana.

A comunicação eficaz é essencial para informar a população sobre obras, alterações no trânsito e projetos de integração regional. Campanhas educativas podem orientar sobre o uso consciente do transporte e divulgar alternativas de mobilidade, contribuindo para a redução de congestionamentos e melhoria da qualidade de vida. Além disso, a transparência na divulgação dos investimentos em infraestrutura fortalece a confiança da população na gestão pública.

10.5.8. Importância da comunicação para a área da saúde

A comunicação eficiente na área da saúde é um pilar essencial para garantir que a população tenha acesso rápido e correto às informações sobre serviços públicos de saúde. A divulgação de campanhas de vacinação, mutirões de atendimento, prevenção de doenças e orientações sobre como utilizar a rede municipal permite que os cidadãos tenham mais facilidade para agendar consultas, acessar medicamentos e buscar atendimentos de urgência.

Além disso, a comunicação pública tem um papel fundamental no combate à desinformação, principalmente sobre vacinas, pandemias e doenças sazonais. Em tempos de crise sanitária, uma estratégia de comunicação eficaz evita a propagação de



notícias falsas e promove a adoção de boas práticas de higiene e bem-estar, reduzindo a sobrecarga nos sistemas de saúde. A utilização de redes sociais, aplicativos e portais da prefeitura permite uma comunicação mais ágil e direta com a população, garantindo que todos tenham acesso a orientações claras e confiáveis sobre a saúde pública municipal. Dessa forma, a comunicação na área da saúde se torna um instrumento essencial para a qualidade de vida da população e a eficiência da gestão municipal.

Destacamos ainda o grande desafio de saúde regional, onde as cidades vizinhas também enfrentam dificuldades na gestão de saúde e acabam por utilizar e sobrecarregar os serviços de saúde de Paulínia. Comunicar estes desafios e orientar os serviços locais para seus moradores é um dos grandes objetivos da gestão pública.

#### 10.5.9. Importância da comunicação para a educação:

A comunicação eficiente no setor educacional é essencial para aproximar pais, alunos e gestores escolares, garantindo que as famílias estejam sempre bem informadas sobre o funcionamento da rede municipal de ensino. A divulgação de calendários escolares, prazos de matrícula, programas educacionais e benefícios como transporte e merenda escolar ajuda a garantir o acesso e a permanência dos alunos na escola.

Além disso, canais digitais e redes sociais podem ser utilizados para agendamentos de reuniões, acompanhamento da frequência escolar e desempenho dos alunos, promovendo um ambiente educacional mais integrado e participativo. A comunicação também é uma ferramenta fundamental para a divulgação de projetos pedagógicos inovadores, premiações e capacitações para professores, contribuindo para o aprimoramento do ensino público.

Outra função essencial da comunicação na educação é combater a evasão escolar, promovendo campanhas de incentivo ao estudo e informando as famílias sobre os impactos do abandono escolar no futuro das crianças e adolescentes. Uma cidade que investe na comunicação educacional fortalece sua base social e cria oportunidades para o desenvolvimento das futuras gerações.

#### 10.5.10. Importância da comunicação para o meio ambiente e sustentabilidade:

A comunicação desempenha um papel fundamental na promoção de campanhas de orientação social voltadas ao meio ambiente e à sustentabilidade. Ela não apenas dissemina informações, mas também conscientiza e mobiliza a sociedade para a adoção de práticas sustentáveis, essenciais para o desenvolvimento equilibrado das comunidades.

Uma comunicação eficaz é capaz de sensibilizar a população sobre os desafios ambientais, incentivando mudanças de comportamento que resultam em benefícios concretos para o meio ambiente. Campanhas bem estruturadas e contínuas promovem



a conscientização pública, estimulando a participação ativa dos cidadãos em iniciativas sustentáveis. No Brasil, a comunicação tem sido uma ferramenta vital para abordar questões ambientais em escala nacional. Campanhas de sensibilização têm contribuído para a mudança de hábitos e a criação de rotinas mais sustentáveis. A disseminação de informações por meio de diversos canais, como mídias tradicionais e digitais, tem ampliado o alcance dessas mensagens, promovendo uma cultura de responsabilidade ambiental.

Paulínia, localizada na Região Metropolitana de Campinas, destaca-se como um importante polo industrial, abrigando a Refinaria do Planalto Paulista (REPLAN) e diversas indústrias químicas. Essa concentração industrial traz desafios ambientais significativos, como a poluição do ar e a necessidade de preservação das áreas verdes remanescentes. Estudos indicam que Paulínia apresenta estresse ambiental, com cobertura vegetal inferior a 5% da área do município, o que aumenta os riscos de inundações, assoreamento de cursos d'água e erosão. Além disso, a poluição industrial é uma preocupação constante, afetando a qualidade do ar e da água na região.

Diante desse cenário, a comunicação emerge como uma aliada estratégica para promover a conscientização ambiental entre os moradores de Paulínia com foco nas mudanças climáticas e nos desafios para as futuras gerações. Tratar pautas importantes como qualidade do ar, preservação de áreas verdes, gestão de resíduos e uso sustentável da água, são desafios de comunicação prioritários para a gestão pública.

10.6 Dessa forma, a contratação dos serviços de publicidade atende ao princípio da eficiência na administração pública, assegurando uma comunicação institucional mais eficaz e acessível, com o melhor aproveitamento dos recursos disponíveis.

## **11. PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS PELA ADMINISTRAÇÃO PREVIAMENTE À CELEBRAÇÃO DO CONTRATO**

11.1 Como medida prévia à celebração do contrato, a Administração Municipal procederá à designação formal da Equipe de Fiscalização e Gestão do Contrato, composta por servidores capacitados para acompanhar a execução dos serviços, garantir o cumprimento das obrigações contratuais e zelar pela adequada aplicação dos recursos públicos.

11.2 A equipe será responsável pelo monitoramento da qualidade dos serviços prestados, pelo controle dos prazos e pela verificação da conformidade das entregas com as especificações contratuais, assegurando que a contratação atenda aos princípios da eficiência, economicidade e transparência na gestão pública.



## **12. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES**

12.1 Não há contratações correlatas ou interdependentes vinculadas à prestação dos serviços de publicidade objeto deste estudo técnico preliminar. A execução do contrato ocorrerá de forma autônoma, sem dependência direta de outras contratações pelo Município de Paulínia para seu pleno cumprimento.

## **13. DESCRIÇÃO DE POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS E RESPECTIVAS MEDIDAS MITIGADORAS, INCLUÍDOS REQUISITOS DE BAIXO CONSUMO DE ENERGIA E DE OUTROS RECURSOS, BEM COMO LOGÍSTICA REVERSA PARA DESFAZIMENTO E RECICLAGEM DE BENS E REFUGOS, QUANDO APLICÁVEL (art. 18, §1º, XII, da Lei 14.133/2021)**

13.1 A execução dos serviços de publicidade objeto deste estudo técnico preliminar não gera impactos ambientais relevantes, uma vez que não envolve atividades que resultem em degradação ambiental, consumo significativo de recursos naturais ou geração de resíduos que exijam medidas mitigadoras.

13.2 Dessa forma, não se faz necessária a adoção de requisitos específicos relacionados ao consumo de energia, logística reversa ou reciclagem de bens e refugos, considerando a natureza intangível dos serviços a serem contratados.

## **14. POSICIONAMENTO CONCLUSIVO SOBRE A ADEQUAÇÃO DA CONTRATAÇÃO PARA O ATENDIMENTO DA NECESSIDADE A QUE SE DESTINA**

14.1 A contratação de serviços de publicidade pelo Município de Paulínia revela-se medida estratégica e plenamente adequada à satisfação do interesse público, porquanto voltada a garantir a efetividade da comunicação institucional, o fortalecimento da cidadania e a promoção da transparência ativa, conforme exigido pelo art. 37, §1º, da Constituição Federal. Diante da relevância econômica, social e administrativa de Paulínia – cuja economia é impulsionada pelo polo petroquímico e pela localização estratégica na Região Metropolitana de Campinas – impõe-se à Administração a adoção de mecanismos eficazes para divulgar suas políticas públicas, dialogar com a sociedade e induzir o desenvolvimento local.

14.2 A publicidade institucional, nesse contexto, assume papel estruturante na modernização da gestão, na ampliação do acesso à informação e na consolidação de instrumentos de controle social. Por meio de ações comunicacionais qualificadas, disseminadas em múltiplos canais – como redes sociais, mídia programática, portais digitais e veículos tradicionais –, torna-se possível assegurar a efetividade das ações de governo, fortalecer a identidade do Município e promover sua imagem como polo industrial, cultural e tecnológico.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PAULÍNIA  
Departamento de Suprimentos e Serviços  
Divisão de Licitações

14.3 O valor estimado para a contratação – equivalente a menos de 1% do orçamento municipal – revela-se proporcional à complexidade administrativa de Paulínia e compatível com os parâmetros observados em municípios de porte semelhante. Tal investimento tem impacto direto na qualidade da comunicação pública, na otimização da alocação de recursos e na construção de uma gestão mais responsiva e transparente, em linha com os princípios da economicidade, eficiência e publicidade.

14.4 A seleção de agência especializada, nos moldes preconizados pela Lei nº 12.232/2010 e pela modalidade técnica e preço, é condição essencial para que o Município disponha de soluções criativas, padronizadas e de alto valor estratégico, capazes de atender à pluralidade de demandas comunicacionais que decorrem da estrutura administrativa municipal. Trata-se, portanto, de iniciativa que promove a racionalidade administrativa, instrumentaliza a participação social e assegura a legitimidade das ações governamentais.

14.5 Em conclusão, considerando os fundamentos jurídicos, os elementos técnicos expostos no presente Estudo Técnico Preliminar e a necessidade de assegurar uma comunicação pública moderna, inclusiva e eficaz, entende-se que a contratação proposta atende integralmente ao interesse público e aos requisitos da Lei nº 14.133/2021, recomendando-se seu regular prosseguimento.

Paulínia, 02 de setembro de 2025

THIAGO SCARTOZZONI AMARO  
Diretor do Departamento de Comunicação e Cerimonial



**ANEXO XI – DECRETO MUNICIPAL Nº 8.717/2024**

DECRETO Nº 8.717, DE 12 DE OUTUBRO DE 2024.

**"DEFINE DIRETRIZES QUANTO AO CUMPRIMENTO OBRIGATÓRIO DAS NORMAS TÉCNICAS PARA SERVIDORES/EMPREGADOS MUNICIPAIS, EMPREGADOS DE EMPRESAS CONTRATADAS E PRESTADORES DE SERVIÇO DA MUNICIPALIDADE DE PAULÍNIA"**

O cidadão EDNILSON CAZELLATO, Prefeito Municipal de Paulínia, no uso da atribuição que lhe confere o art. 45, incisos IV, VI e parágrafo único, da Lei Orgânica do Município, DECRETA

**Art. 1º** Todo servidor ou empregado municipal, os empregados e equiparados a estes, de empresas contratadas pela municipalidade e prestadores de serviços da Municipalidade de Paulínia, pessoas físicas ou jurídicas subcontratadas, na execução de serviços em próprios públicos, devem cumprir as orientações de segurança pertinentes à execução de seu trabalho, previstas nas normas técnicas, bem como acatar as orientações da chefia e dos profissionais de Segurança e Medicina do Trabalho lotados no Departamento de Medicina Ocupacional e Engenharia de Segurança do Trabalho (DEESMT), da Secretaria Municipal de Desenvolvimento e Gestão de Pessoas (SMDGP).

**Art. 2º** Para a execução de contrato de obras ou serviços, as empresas contratadas pela Municipalidade ou por Associação de Pais e Mestres (APM) estão condicionadas a obterem o Atestado de Conformidade de Prestador de Serviços (ACPS), emitido pela Divisão de Engenharia de Segurança do Trabalho (DIEST), mediante comparecimento da empresa na Divisão e apresentação das documentações de segurança do trabalho necessárias, ocasião em que receberá instruções de cumprimento às normas técnicas, referentes ao trabalho a ser executado.

§ 1º A Secretaria Municipal responsável pela gestão do contrato de serviços e Secretaria Municipal de Administração deverão informar expressamente o DIEST sobre a abertura de novo contrato, bem como a natureza da empresa, o tipo de serviço a ser executado, os locais de trabalho e a vigência do contrato da contratada, para que seja subsidiada a formalização da solicitação do ACPS, e, no caso de obra ou serviços de engenharia, o cronograma.

§ 2º Para a emissão do ACPS para a empresa cujo contrato possui previsão de duração superior a 180 (cento e oitenta) dias, a mesma deverá entregar cópia dos programas de segurança exigidos pela legislação vigente, tais como Programa de Gerenciamento de Riscos (PGR), Laudo Técnico das Condições Ambientais de Trabalho (LTCAT), Programa de Controle Médico e Saúde Ocupacional (PCMSO), cópia da ficha funcional dos funcionários/funções, Atestado de Saúde Ocupacional (ASO) constando apto para a função a ser exercida e cópias dos certificados dos cursos exigidos por Lei, tais como NR-35, NR-33, NR- 10, dentre outros que se fizerem necessários.

§ 3º Para a emissão do ACPS para a empresa cujo contrato possui previsão de duração inferior a 180 (cento e oitenta) dias, a mesma deverá fornecer cópia da ficha funcional dos funcionários, Atestado de Saúde Ocupacional (ASO) constando apto para a função a ser



PREFEITURA MUNICIPAL DE PAULÍNIA  
Departamento de Suprimentos e Serviços  
Divisão de Licitações

exercida, e cópias dos certificados dos cursos exigidos por Lei, tais como NR-35, NR-33, NR-10, dentre outros que se fizerem necessários.

§ 4º No caso de a empresa contratada utilizar mão de obra terceirizada, a contratada direta é obrigada a exigir de sua terceirizada a entrega ao DIEST das mesmas documentações obrigatórias para elaboração do ACPS definidas neste artigo e em seus parágrafos. A mesma exigência se aplica em caso de contratação de prestador de serviço sem vínculo contratual definido.

§ 5º Após as orientações técnicas e conferências dos documentos entregues, o DIEST emitirá o ACPS, em 04 (quatro) vias, sendo a primeira via ao DIEST, a segunda via anexada ao contrato, a terceira via entregue à Secretaria contratante, antes do início das atividades, e a quarta via para a empresa prestadora de serviços.

§ 6º A empresa contratada não poderá iniciar a execução de serviços sem a emissão do ACPS e, caso o faça, a mesma será responsabilizada, sem prejuízo da paralisação dos trabalhos em andamento pelo DIEST até que a situação se regularize.

§ 7º A empresa contratada deverá cumprir a obrigatoriedade de constituição e manutenção de Serviços Especializados em Segurança e Medicina do Trabalho (SESMT), nos moldes das normas técnicas, independentemente de local fixo de trabalho e de duração de contrato, sendo estes profissionais os responsáveis primários pela saúde e integridade física dos funcionários da empresa contratada. A lista e a qualificação desses profissionais especializados, bem como número de registro no órgão competente, deverão ser apresentados ao DIEST na ocasião da abertura de ACPS.

§ 8º Para a execução de serviços especiais e/ou em condições especiais, como construção civil pesada, serviços em alta tensão, operações perigosas, presença de resíduos, entre outros conforme a legislação vigente e pertinente, a empresa contratada deverá cumprir a obrigatoriedade de contratação e manutenção de profissionais técnicos específicos que, em sua área de competência, são considerados pela Administração como responsáveis técnicos pelos serviços prestados em seu campo de atuação. A lista e a qualificação desses profissionais especializados, bem como número de registro no órgão competente, deverão ser apresentados ao DIEST na ocasião da abertura de ACPS.

**Art. 3º** A empresa contratada pela Municipalidade de Paulínia, para realização de obras ou de prestação de serviços em próprios públicos, deverá também cumprir as seguintes medidas de segurança:

- I - corrigir as irregularidades apontadas pelos Profissionais de Segurança com a maior brevidade possível, sob pena de interdição em caso de não atendimento ou de reincidência;
- II- especificar e obrigar o uso de Equipamentos de Proteção Individual (EPI) por todos os trabalhadores, conforme orientação e relação anexas ao ACPS, que devem ser complementadas em função de risco específico da atividade a ser realizada, ficando expressamente proibida a entrada de pessoas para desenvolver qualquer atividade em locais ou serviços sem o uso de equipamentos e dispositivos de segurança adequados;
- III - permitir a execução de trabalhos somente por profissional técnico qualificado e autorizado para a



PREFEITURA MUNICIPAL DE PAULÍNIA  
Departamento de Suprimentos e Serviços  
Divisão de Licitações

atividade que irá desempenhar, conforme documentos contidos no ACPS;

IV - proibir a entrada de pessoas portando bebidas alcoólicas, em estado de embriaguez ou exalando odor alcoólico nos locais onde estão sendo realizadas as obras ou serviços;

V - providenciar a todo trabalhador da contratada a identificação profissional, como crachá ou semelhante, assim como exigir o porte do documento;

VI - todo equipamento rotativo utilizado em obras, tais como maquina, poli corte, esmeril, lixadeira, serra circular e furadeira, etc, deverá possuir a sua respectiva proteção, sendo proibido adulterar/modificar qualquer dispositivo de segurança.

**Art. 4º** Em caso de constatação pelo DIEST de qualquer irregularidade relacionada às condições de trabalho que possam comprometer a saúde ou a integridade física de qualquer servidor, empregado, subcontratado ou terceiros, o serviço em execução será paralisado, bem como será emitida uma Notificação de Irregularidade, contendo o ocorrido e as providências cabíveis, com encaminhamento de 02 (duas) vias, sendo uma para a empresa contratada e outra para a Secretaria responsável pelo contrato de prestação de serviço.

Parágrafo único. Na hipótese de averiguação pelo DIEST de situação de Risco Grave e Iminente (RGI), a Divisão possui autonomia para embargar obra e interditar serviço, máquina, equipamento ou local, sendo emitida uma Declaração de Embargo/Interdição, contendo o ocorrido e as providências cabíveis para liberação, com encaminhamento de 02 (duas) vias, sendo uma para a empresa contratada e outra para a Secretaria responsável pelo contrato de prestação de serviço.

**Art. 5º** Na execução de trabalhos em altura, em alta tensão, incluindo valas, em espaço confinado, com presença de explosivos e inflamáveis, construção civil pesada ou outras circunstâncias condicionadas a situações especiais de trabalho, a empresa prestadora de serviços deverá cumprir criteriosamente as exigências das normas técnicas no momento da elaboração do ACPS, bem como implantar medidas especiais para eliminar ou minimizar os riscos existentes nas atividades.

§ 1º Todo trabalho realizado nas condições mencionadas no caput deste artigo deverá ser comunicado expressamente ao DIEST antes do início da atividade, por meio do responsável pela execução do trabalho e pela Secretaria Municipal responsável.

§ 2º O DIEST realizará vistorias técnicas periódicas em obras e serviços realizados nas condições mencionadas no caput deste artigo, a fim de verificar o cumprimento da legislação pertinente à segurança do trabalho, conforme a demanda e o grau de risco proveniente desses serviços.

**Art. 6º** A empresa contratada pela municipalidade deve informar ao DIEST todos os locais de trabalho atuantes e suas frentes de trabalho ou canteiro, bem como as qualificações e quantidades de funcionários da contratada e de suas subcontratadas, sob pena de anulação da ACPS.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PAULÍNIA  
Departamento de Suprimentos e Serviços  
Divisão de Licitações

§ 1º A contratada, quando exigido, deverá enviar ao DIEST o relatório de serviços prestados, com setor e local de trabalho, funcionários atuantes e tipo de serviço prestado, bem como deverá informar a previsão de prestação de serviços do mês subsequente, sob pena de anulação da ACPS.

§ 2º A contratada deverá comunicar expressamente ao DIEST qualquer mudança ocorrida com relação ao local de trabalho, ao tipo de serviço especializado prestado e à quantidade de funcionários, sob pena de anulação da ACPS.

**Art. 7º** Em caso de acidente grave ou fatal sofrido por servidor público, funcionário contratado ou terceiro, o mesmo deve ser comunicado de imediato ao DIEST, para que sejam adotadas as providências cabíveis, sob pena de sofrer as sanções cabíveis previstas na Lei.

Parágrafo único. A obra ou serviço em que ocorra acidente fatal deverá ser paralisada de imediato, bem como deve ser comunicado o ocorrido às autoridades competentes e ao MTE.

**Art. 8º** A fiscalização, as recomendações e as exigências do DIEST, nos termos deste Decreto, não eximem as empresas contratadas ou subcontratadas e os prestadores de serviços de sua responsabilidade primária civil e/ou criminal, em caso de acidentes ou de descumprimento de normas legais.

**Art. 9º** A empresa ou sua subcontratada ficará sujeita às sanções cabíveis previstas pelo não cumprimento deste Decreto.

**Art. 10** As minutas de editais e de contratos de obras e prestação de serviços devem observar e incorporar as disposições contidas neste Decreto.

Parágrafo único. Aplica-se o disposto neste Decreto aos convênios e outros instrumentos congêneres celebrados pelo Município, os quais estarão sujeitos à fiscalização dos órgãos municipais.

**Art. 11** Este Decreto produzirá seus efeitos jurídicos a partir de 28 de fevereiro de 2025, revogadas as disposições em contrário, em especial a Ordem de Serviço nº 002/2003.

**Art. 12** O Poder Executivo regulamentará este Decreto no prazo de 120 (cento e vinte) dias a contar de sua publicação, expedindo os protocolos necessários para sua fiel execução.

Paulínia, 12 de agosto de 2024.

EDNILSON CAZELLATO

Prefeito Municipal

BEATRIZ ANACLETO BRAGA

Secretária Municipal de Desenvolvimento e Gestão de Pessoas



## ANEXO XII – MODELO DE CREDENCIAMENTO

### CARTA DE CREDENCIAMENTO

Local e data, \_\_\_\_\_

À

Prefeitura Municipal de Paulínia

Ref.: Concorrência nº **03/2026**

Prezados Senhores.

Pela presente, informamos que o(a) Sr.(a) (nome do(a) representante), portador(a) do RG nº \_\_\_\_\_ é nosso(a) representante credenciado(a) a responder por esta empresa, junto a V.Sas., todos os atos que se fizerem necessários no decorrer do processo licitatório, inclusive, para renunciar ao direito de recorrer das decisões da Comissão Especial de Contratação/Subcomissão Técnica, durante os trabalhos de abertura dos envelopes de Propostas Técnicas, Proposta de Preços e de Documentos de Habilitação.

\_\_\_\_\_  
Ass. do Repres. Credenciado

\_\_\_\_\_  
Visto do Repres. Credenciado

Atenciosamente,

\_\_\_\_\_  
Nome da Licitante

Nome do Responsável e cargo