

EDITAL
CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 02/2026
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 3349/2025

A **PREFEITURA DA ESTÂNCIA TURÍSTICA DE SALTO**, torna público, para ciência dos interessados, que por intermédio da autoridade competente, Secretária de Comunicação e Turismo, designado pelo Decreto Municipal nº 59/2023, repristinado pelo Decreto Municipal nº 47/2025, encontra-se aberta licitação na modalidade Concorrência Presencial nº 02/2026, tipo **TÉCNICA E PREÇO**, execução indireta e que será integralmente conduzida pela Comissão de Contratação, assessorado Pela subcomissão técnica, sendo regida pela Lei Federal nº 12.232 de 2010 e complementada pela Lei 14.133/2021 e alterações da Lei nº 4.680/65, Decretos n.ºs 57.690/66 e 4.563/02, Lei nº 13.709/2018 e demais legislação aplicável e, ainda, os preceitos de direito público, no que couber e processado em conformidade com as disposições deste EDITAL e seus anexos, visando a contratação de agência de publicidade e propaganda para prestação de serviços de publicidade para realização de atividades integradas que possibilite o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e na distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, conforme anexos ao edital, a cargo da Secretaria de Comunicação e Turismo.

Nota: Adota-se a forma presencial para esta licitação, cujas sessões públicas serão registradas em ata e gravadas em áudio e vídeo e a gravação será juntada aos autos do processo licitatório depois de seu encerramento, na forma do disposto no artigo 17 parágrafo 2º da lei 14.133/21. A opção pela realização de forma presencial deste certame decorre e leva em consideração as especificidades da forma de apresentação das propostas técnicas, em que uma via do Plano de Comunicação será apresentada de forma apócrifa para ser avaliada e julgada por Subcomissão Técnica especialmente composta, pelo que ainda não haverá garantias técnicas para que a via não identificada do Plano de Comunicação - caso fosse utilizada a forma eletrônica de apresentação das propostas - não seja identificada antecipadamente, podendo invalidar o próprio certame.

1 – DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

1.1. Informações sobre este Edital: na Secretaria de Administração, 4º andar, no Setor de Licitações, localizado à Av. Tranquilo Giannini, n. 861, Distrito Industrial Santos Dumont, Salto/SP, nos dias úteis que antecedem a sessão de abertura dos envelopes, **das 8:00hs às 16h30min, pelo telefone: 11-4602-8533** e/ou por e-mail: licitacao@salto.sp.gov.br

1.2. Data e Horário da Sessão Pública de Recebimento e Abertura das Propostas Técnicas e Propostas de Preços: os documentos da proposta técnica (Invólucros nº 1, 2 e 3) e da proposta de preços (Invólucro nº 4), deverão ser entregues às **09 horas do dia 11/05/2026, no Setor de Licitações - 4º andar da Prefeitura, sendo que a abertura dos envelopes ocorrerá em sessão pública, a partir das 09hs15min**, no mesmo dia e local.

1.3. Nota: após o horário acima previsto não será recebido qualquer envelope ou documento referentes a esta licitação.

1.4. No caso de questionamentos, as perguntas e respostas serão divulgadas, para conhecimento dos interessados, no Diário Oficial Eletrônico do Município e no site www.salto.sp.gov.br - Licitação, disponíveis no espaço para “dúvidas e respostas”.

2. A Concorrência será conduzido pela Agente de Contratação, **Sra. Denise de Moura Campos Garcia**, nomeado na Portaria Municipal n.º 810/2025, com auxílio do Apoio Técnico nomeados no Processo Administrativo n.º 3349/2025.

2.1. O apoio técnico necessário ao Agente de Contratação será prestado pelo funcionário Wemerson Araujo Dias, Jornalista, Matrícula 11370.

2.2. Esta concorrência é regulamentada pelos seguintes dispositivos legais:

- Lei Federal nº 14.133/23 – que estabelece normas gerais de licitação e contratação para Administrações Públicas diretas, autárquicas e fundacionais da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, e abrangendo outros;
- Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), Lei nº 13.709/2018, que dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado, com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural.
- Lei Orgânica do Município de Salto nº 1382/90 (Emenda Substitutiva nº 01/2008);
- Decreto Municipal nº 59/2023, repristinado pelo Decreto Municipal nº 47/2025 – que institui o Regulamento Geral de contratações (RGC-Salto) no âmbito da Administração Direta do Município de Salto, para aplicação da Lei Federal nº 14.133/23, que dispõe sobre Licitações e Contratos Administrativos;
- Lei Federal nº 12.232/2010 – Dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências.
- Lei nº 4.680/1965 – dispõe sobre regulação da profissão de publicitário e agenciador de propaganda;
- Decreto nº 57.690/1966 e Decreto nº 4.563/2002 – dispõe sobre normas padrão para prestação de serviços de comunicação e propaganda e veículos de comunicação e o código de ética dos profissionais de propaganda;
- Lei Federal nº 12.846/2013 que dispõe sobre a responsabilidade administrativa e civil de pessoas jurídicas em atos lesivos praticados contra a Administração Pública;
- Lei Municipal nº 3.972/2022 – dispõe sobre a identificação das empresas, que contratam com o município de Salto, cumpridoras das Leis e Decretos Federais, referentes à obrigatoriedade do preenchimento das cotas de aprendizes e pessoa com deficiências e dá outras providências;

2.3. A legislação local está disponível para consulta pública no sítio eletrônico da Câmara Municipal de Salto: camarasalto.sp.gov.br/leis-cmsalto

3. DO OBJETO

3.1. A presente licitação tem por objeto a prestação de serviço de publicidade para realização de atividades integradas que possibilite o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa

e na distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação conforme anexos ao edital, a cargo da Secretaria de Comunicação e Turismo.

4. DA VIGÊNCIA CONTRATUAL

4.1. Os serviços serão prestados conforme as necessidades da Prefeitura da Estância Turística de Salto, sendo o prazo de vigência do contrato de 12 (doze) meses, contados da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado, mediante justificativa formal da vantagem para a Administração e manutenção das condições da contratação, por iguais períodos, até o limite máximo de 120 (cento e vinte) meses, conforme autorizado pelo art. 107 da Lei Federal nº 14.133/2021

4.2. Havendo prorrogação contratual, os valores poderão ser reajustados após o interregno mínimo de 12 (doze) meses, com base na variação do INPC – Índice Nacional de Preços ao Consumidor, ou outro índice oficial que venha a substituí-lo.

5. DO REAJUSTAMENTO DE PREÇO E DO REEQUILIBRIO FINANCEIRO

5.1. Os preços inicialmente contratados são fixos e irrevogáveis no prazo de um ano vinculado a data-base do orçamento estimado, conforme Mapa de Preços da instrução processual datado de 02/03/2026, no caso de reajuste, será pelo índice INPC, nos termos do § 7º do art. 25 da Lei de Licitação.

5.1.1. Após o interregno de um ano, e independentemente de pedido do contratado, os preços iniciais serão reajustados, mediante a aplicação, pelo contratante do INPC (Índice Nacional de Preço ao Consumidor), exclusivamente para as obrigações iniciadas e concluídas após a ocorrência da anualidade.

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

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

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

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

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

5.1.7. O reajuste será realizado por apostilamento.

5.2. Para restabelecer o equilíbrio econômico-financeiro inicial do contrato em caso de força maior, caso fortuito ou fato do príncipe ou em decorrência de fatos imprevisíveis ou

previsíveis de consequências incalculáveis, que inviabilizem a execução do contrato tal como pactuado, respeitada, em qualquer caso, a repartição objetiva de risco estabelecida no contrato, nos termos do art. 124, II, “d” §§ 1º e 2º da Lei de Licitação.

6. DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

6.1. As despesas decorrentes da execução do objeto deste certame licitatório correrão à conta dos recursos consignados nas Dotações Orçamentárias, abaixo:

Secretaria	Dotação	Ficha	Fonte	(%)
Comunicação e Turismo	02.17.01.339039.23.695.0015.2.003.01.1100000	535	Tesouro	74,33%
Educação	02.06.01.339039.12.122.0003.2.020.01.2000000	71	Tesouro	25%
Ação Social	02.11.01.339039.08.244.0007.2.043.01.5100000	222	Tesouro	0,67%

6.2. Será obedecido o princípio da anualidade orçamentária, devendo as despesas do exercício subsequente onerar as dotações próprias do orçamento da Prefeitura da Estância Turística de Salto.

6.3. A soma das despesas com o contrato resultante desta Concorrência está estimada em **R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais), nos primeiros 12 (doze) meses de sua vigência.**

6.4. A Prefeitura da Estância Turística de Salto se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade da verba indicada no item 6.3. deste instrumento.

6. DAS CONDIÇÕES GERAIS PARA PARTICIPAÇÃO

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

6.2. **Estão impedidas de participar desta licitação as CONCORRENTES que se enquadrem em uma ou mais situações a seguir:**

- a) aquele que não atenda às condições deste Edital e seu(s) anexo(s);
- b) empresa, isoladamente ou em consórcio, responsável pela elaboração do projeto básico ou do projeto executivo, ou empresa da qual o autor do projeto seja dirigente, gerente, controlador, acionista ou detentor de mais de 5% (cinco por cento) do capital com direito a voto, responsável técnico ou subcontratado, quando a licitação versar sobre serviços ou fornecimento de bens a ela necessários;
- c) pessoa jurídica que se encontre, ao tempo da licitação, impossibilitada de participar da licitação em decorrência de sanção que lhe foi imposta;
- d) aquele que mantenha vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau;

- e) empresas controladoras, controladas ou coligadas, nos termos da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, concorrendo entre si;
- f) pessoa jurídica que, nos 5 (cinco) anos anteriores à divulgação do edital, tenha sido condenada judicialmente, com trânsito em julgado, por exploração de trabalho infantil, por submissão de trabalhadores a condições análogas às de escravo ou por contratação de adolescentes nos casos vedados pela legislação trabalhista;
- g) agente público do órgão ou entidade licitante;
- h) consórcios de empresas, qualquer que seja sua forma de constituição, por não ser necessária a co-participação de duas ou mais agências em consórcio. A criação e produção publicitária é realizada pela equipe técnica da agência de publicidade, que atua de forma concatenada, desde a concepção da peça/campanha publicitária, mediante o desenvolvimento de planejamento prévio, de pesquisas quanto ao público-alvo, o mercado e os meios de comunicação, não sendo aconselhável que tais serviços sejam desenvolvidos por equipes diferentes das agências em consórcio. Torna-se não só desnecessária, como inconveniente a prestação de tais serviços através de consórcio de agências.
- i) Não poderá participar, direta ou indiretamente, da licitação ou da execução do contrato agente público do órgão ou entidade contratante, devendo ser observadas as situações que possam configurar conflito de interesses no exercício ou após o exercício do cargo ou emprego, nos termos da legislação que disciplina a matéria, conforme § 1º do art. 9º da Lei n.º 14.133, de 2021;
- j) Que estejam cumprindo penalidade de suspensão temporária para licitar e impedimento de contratar com a Administração pública do Município de Salto/SP, nos termos do inciso III, § 4º do art.156 da Lei Federal n.º 14.133/2021;
- k) Declaradas inidôneas para licitar e contratar no âmbito da Administração Pública direta e Indireta de todos os entes federativos e não reabilitadas, nos termos do inciso IV, § 5º do art. 156 da Lei Federal n.º 14.133/2021;

6.2.1. O impedimento de que trata o item “e” será também aplicado ao licitante que atue em substituição a outra pessoa, física ou jurídica, com o intuito de burlar a efetividade da sanção a ela aplicada, inclusive a sua controladora, controlada ou coligada, desde que devidamente comprovado o ilícito ou a utilização fraudulenta da personalidade jurídica do licitante.

6.2.2. Em licitações e contratações realizadas no âmbito de projetos e programas parcialmente financiados por agência oficial de cooperação estrangeira ou por organismo financeiro internacional com recursos do financiamento ou da contrapartida nacional, não poderá participar pessoa física ou jurídica que integre o rol de pessoas sancionadas por essas entidades ou que seja declarada inidônea nos termos da Lei nº 14.133/2021.

6.2.3. A vedação de que trata o item “g” estende-se a terceiro que auxilie a condução da contratação na qualidade de integrante de equipe de apoio, profissional especializado ou funcionário ou representante de empresa que preste assessoria técnica.

6.3. A participação na presente licitação implica:

6.3.1. A aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos, devendo cumpri-los incondicionalmente, inclusive durante a execução do contrato; 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.

6.3.2. A confirmação de que recebeu o INVÓLUCRO N° 1 fornecido pelo Setor de Licitação, bem como todos os documentos e informações necessárias à participação deste certame.

6.3.3. 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.

6.3.4. Assumem todos os custos de preparação e apresentação dos documentos Proposta e de Habilitação exigidos nesta Concorrência. Desse modo, Prefeitura da Estância Turística de Salto não é responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

7. DO CREDENCIAMENTO DOS REPRESENTANTES

7.1. As licitantes poderão nomear representante, observadas as seguintes condições:

7.1.1. Será permitida a participação de somente 01 (um) representante legal, por licitante, com a devida apresentação de instrumento de procuração pública ou particular, podendo ser utilizado o modelo constante do ANEXO VI – Modelo de Termo de Credenciamento.

7.1.2. O representante legal responderá pela autenticidade e legitimidade da procuração apresentada, devendo, ainda, identificar-se e exibir a Carteira de Identidade ou outro documento equivalente, com fotografia.

7.1.3. Na hipótese de apresentação de procuração por instrumento particular, a mesma deverá vir acompanhada de cópia do contrato social da proponente ou de outro documento, onde esteja expressa a capacidade/competência do outorgante para constituir mandatário.

7.1.4. Se o representante da licitante ostentar a condição de sócio, proprietário, dirigente ou assemelhado da empresa proponente, ao invés de instrumento público ou particular de procuração, deverá apresentar cópia do respectivo estatuto/contrato social ou documento equivalente, no qual estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura.

7.1.5. A ausência de representante não invalida a participação da licitante, bem como não interfere no prosseguimento do certame.

7.1.6. Estarão impedidos de se manifestar nas sessões e responder pela licitante àqueles que não comprovarem ser seu legítimo representante, na forma deste Edital.

7.1.7. Em todas as fases desta Concorrência será admitido apenas um representante por licitante e não será admitida a participação de um mesmo representante para mais de uma licitante preservando o princípio do sigilo das propostas.

7.1.8. Na hipótese de substituição do representante no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

7.1.9. Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador, até a data e horário estabelecido no **item 1 deste Edital**.

7.1.10. Os documentos necessários para a representação da licitante nas sessões, deverão ser entregues a Comissão de Contratação apartados dos envelopes.

8. DA APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

8.1. Os documentos da Proposta Técnica (Invólucros nº 1, 2 3), da Proposta de Preços (Invólucro nº 4) e Documento para Habilitação (Invólucro nº 5) deste Edital, deverão ser acondicionados em invólucros distintos e identificados conforme a seguir:

INVÓLUCRO Nº 1

8.2. O INVÓLUCRO Nº 1 deverá conter a **via não identificada** do Plano de Comunicação Publicitária, composto de Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e não Mídia.

8.3. Somente será aceito pela Comissão de Contratação a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária no INVÓLUCRO Nº 1 a ser fornecida pela Prefeitura da Estância Turística de Salto a pedido da LICITANTE.

8.4. O INVÓLUCRO Nº 1, destinado à apresentação da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, será padronizado e fornecido pela Administração, nos termos do art. 9º, § 1º, da Lei nº 12.232/2010, sem qualquer tipo de identificação externa.

8.5. O invólucro poderá ser retirado previamente no Setor de Licitações, por qualquer interessado, independentemente de credenciamento ou identificação do licitante, mediante controle interno exclusivamente quantitativo, ou será fornecido pela Administração no início da sessão pública, assegurando-se, em qualquer hipótese, que não haja vinculação do invólucro a licitante específico, preservando-se o anonimato da proposta técnica e a isonomia entre os concorrentes.

8.6. O INVÓLUCRO Nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

8.7. Para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária a Comissão de Contratação, não receberá o INVÓLUCRO Nº 1 que:

- a) possua alguma forma de identificação;
- b) apresente marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- c) esteja danificado no manuseio/transporte ou deformado pelas peças e demais documentos nele acondicionados.

INVÓLUCRO Nº 2

8.8. O INVÓLUCRO Nº 2 deverá conter a via identificada do Plano de Comunicação Publicitária (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação e Estratégia de Mídia e Não Mídia), exceto a Ideia Criativa.

8.9. O INVÓLUCRO Nº 2 deverá ser fechado e rubricado no fecho e identificado em seu exterior com os seguintes dados:

INVÓLUCRO Nº 2 - PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA (RACIOCÍNIO BÁSICO, ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA E ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA)

À

**PREFEITURA DA ESTÂNCIA TURÍSTICA DE SALTO
CONCORRÊNCIA Nº 02/2026 - Agência de Publicidade e Propaganda**

RAZÃO SOCIAL:

CNPJ:

ENDEREÇO:

FONE/E-MAIL:

8.10. O Plano de Comunicação Publicitária – **Via Identificada**, sem a Ideia Criativa, deverá constituir-se em uma cópia da via não identificada com a identificação da licitante e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante.

INVÓLUCRO Nº 3

8.11. O INVÓLUCRO Nº 3 deverá conter os documentos relativos à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

8.12. O INVÓLUCRO Nº 3 deverá ser fechado e rubricado no fecho, e identificado em seu exterior com os seguintes dados:

INVÓLUCRO Nº 3 - PROPOSTA TÉCNICA (CAPACIDADE DE ATENDIMENTO)

À

**PREFEITURA DA ESTÂNCIA TURÍSTICA DE SALTO
CONCORRÊNCIA Nº 02/2026 – Agência de Publicidade e Propaganda**

RAZÃO SOCIAL:

CNPJ:

ENDEREÇO:

FONE/E-MAIL:

8.13. O INVÓLUCRO Nº 3 e os documentos nele acondicionados terão a identificação da licitante. Os documentos serão assinados na última página e rubricados nas demais.

8.14. O INVÓLUCRO Nº 3 e os documentos nele contidos não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada - INVÓLUCRO Nº 1 - e que permita a identificação da autoria deste, antes da abertura do INVÓLUCRO Nº 2.

INVÓLUCRO Nº 4

8.15. A Proposta de Preços deverá ser condicionada no INVÓLUCRO Nº 4, que deverá ser apresentada com a identificação da LICITANTE redigida com clareza, sem emendas, rasuras, acréscimos ou entrelinhas, datada, assinada na última folha e rubricada nas demais pelo responsável ou procurador da LICITANTE devidamente credenciado, conforme modelo **Anexo VI** deste Edital.

8.16. O INVÓLUCRO Nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, ser identificado em seu exterior com os seguintes dados:

INVÓLUCRO Nº 4 - PROPOSTA DE PREÇOS

À

**PREFEITURA DA ESTÂNCIA TURÍSTICA DE SALTO
CONCORRÊNCIA Nº 02/2026 - Agência de Publicidade e Propaganda**

RAZÃO SOCIAL:

CNPJ:

ENDEREÇO:

FONE/E-MAIL:

INVÓLUCRO Nº 5

8.17. O INVÓLUCRO Nº 5 deverá acondicionar os documentos de HABILITAÇÃO das licitantes cujas Propostas Técnicas e de Preço tenham sido classificadas.

8.18. O INVÓLUCRO Nº 5 deverá ser fechado e rubricado no fecho, e identificado com os seguintes dados:

INVÓLUCRO Nº 5 - DOCUMENTOS PARA HABILITAÇÃO

À

**PREFEITURA DA ESTÂNCIA TURÍSTICA DE SALTO
CONCORRÊNCIA Nº 02/2026 – Agência de Publicidade e Propaganda**

RAZÃO SOCIAL:

CNPJ:

ENDEREÇO:

FONE/E-MAIL:

8.19. O INVÓLUCRO Nº 5 deverá ser apresentado pelas licitantes após a publicação do resultado do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preço, mediante convocação formal, nos termos do art.11, XI da Lei Federal nº 12.232/2010.

8.20. Os documentos de Habilitação que constituirão o conteúdo do INVÓLUCRO Nº 5 estão relacionados no Capítulo XIII deste Edital.

8.21. Os INVÓLUCROS Nº 1, 2, 3 e 4 serão recebidos pela Comissão de Contratação na data, hora e local da sessão pública de abertura do presente certame estabelecida **no item 01** deste edital.

8.22. Os INVÓLUCROS N° 2, 3, 4 e 5 serão providenciados pela licitante e poderão ser constituídos por embalagem(ns) adequada(s) às características de seu conteúdo, desde que inviolável(is) quanto as informações de que tratam, até a sua abertura.

9. DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

9.1. O presente certame será conduzido de acordo com os procedimentos estabelecidos neste Edital e na legislação em vigor.

9.2. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no Capítulo 7.

9.3. Serão realizadas em princípio quatro sessões públicas observadas os procedimentos previstos neste Edital e na legislação em vigor, havendo a necessidade poderão ocorrer outras sessões públicas.

9.4. De todas as sessões públicas, será lavrada ata circunstanciada, a ser assinada pela Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes.

9.5. Havendo acordo, e mediante lavratura em ata, os representantes das LICITANTES, presentes poderão nomear apenas alguns entre eles para rubricar as Propostas e os Documentos de Habilitação nas sessões públicas.

9.6. É facultado à Subcomissão Técnica, a Comissão de Contratação ou à autoridade a elas superior, em qualquer fase da licitação, promover diligências com vistas a esclarecer ou a complementar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documentos. Neste caso, ficarão suspensos todos os prazos eventualmente em curso, até o término efetivo das diligências promovidas.

9.7. As LICITANTES intimadas na forma do **item 9.6.** deverão prestar os devidos esclarecimentos adicionais, por escrito, no prazo a ser determinado pela Comissão de Contratação ou pela Subcomissão Técnica, sob pena de inabilitação/desclassificação.

9.8. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos INVÓLUCROS Proposta Técnica e de Preços.

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

9.10. À exceção da Proposta Técnica, que será analisada e julgada por uma Subcomissão Técnica, todos os demais procedimentos e julgamentos inerentes a este processo licitatório serão de responsabilidade da Comissão de Contratação, a qual será responsável pela condução das sessões públicas e pela composição do processo até o seu encerramento.

9.11. Os INVÓLUCROS da(s) LICITANTE (S) desclassificadas ou inabilitadas que não puderem ser devolvidos nas sessões públicas ficarão à disposição das interessadas pelo prazo de 30 (trinta) dias contados da publicação na Imprensa Oficial do Município e Imprensa

Oficial do Estado de São Paulo, do julgamento desta Concorrência, após serão permanentemente inutilizados.

PRIMEIRA SESSÃO

9.12. Dado início aos trabalhos na sessão pública de recebimento dos INVÓLUCROS PROPOSTA TÉCNICA E DE PREÇOS, a Comissão de Contratação identificará os representantes das LICITANTES, por meio do documento de Credenciamento - Modelo Anexo VI deste Edital e de acordo com o disposto no Capítulo 7.

9.13. Em seguida serão recebidos os INVÓLUCROS nº 1, 2, 3 e 4, ocasião em que a Comissão de Contratação, fará a conferência da identificação externa dos INVÓLUCROS. Havendo qualquer menção ao nome, marca, sinal, etiqueta, encontre-se danificado ou deformado pelas peças, material e/ou demais documentos nele acondicionados, ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da LICITANTE no INVÓLUCRO Nº 1, os INVÓLUCROS não serão recebidos.

9.14. Após o encerramento do prazo para recebimento dos INVÓLUCROS, que será declarado pela Comissão de Contratação na sessão pública, nenhum outro invólucro, documento ou embalagem será recebido.

9.15. A Comissão de Contratação rubricará, no fecho, os INVÓLUCROS Nº 2 e Nº 4, que permanecerão fechados, sob a guarda e responsabilidade da referida comissão.

9.16. Concluída essa etapa, serão apresentados o INVÓLUCRO Nº 1 contendo a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária e serão rubricados pela Comissão e pelos representantes legais presentes das LICITANTES na sessão pública.

9.17. Os documentos referentes ao INVÓLUCRO Nº 3 - Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Solução de Problema de Comunicação, serão rubricadas pela Comissão e colocará os documentos nele contidos para exame e rubrica dos representantes das LICITANTES.

9.18. A Comissão de Contratação adotará medidas para evitar que seus membros ou os representantes das LICITANTES possam, ainda que acidentalmente, identificar as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária.

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

9.20. A Comissão de Contratação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos INVÓLUCROS padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária (INVÓLUCRO Nº1).

9.21. Havendo desistência expressa de todas as LICITANTES de interpor recursos em relação às decisões tomadas pela Comissão de Contratação na primeira sessão, os procedimentos licitatórios terão continuidade. Caso contrário, a Comissão de Contratação divulgará o resultado na Imprensa Oficial do Município e Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, abrindo-se o prazo de 3 (três) dias úteis contados da data da publicação para a interposição de recursos.

9.22. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência, ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Contratação encaminhará os INVÓLUCROS nº 1 para análise individualizada e julgamento, em sessão privada, da Subcomissão Técnica.

9.23. Os documentos do INVÓLUCRO Nº 3 serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e serão acondicionados em caixas ou envelopes que serão lacrados em sessão pública e rubricados em seu fecho pela Comissão de Contratação e pelos representantes das LICITANTES presentes na sessão.

9.24. Os INVÓLUCROS Nº 2 e 4 também serão acondicionados em caixas/envelopes lacradas distintas. Os lacres serão rubricados pela Comissão de Contratação e pelos representantes das LICITANTES presentes na sessão.

9.25. Os envelopes/caixas serão guardados pela Comissão de Contratação, até a sessão marcada para a apuração do resultado da análise das vias não identificadas dos Planos de Comunicação Publicitária.

9.26. Feita a análise individualizada e o julgamento técnico do conteúdo do INVÓLUCRO nº 1, a Subcomissão Técnica entregará à Comissão de Contratação, os seguintes documentos:

- a) planilha contendo as notas atribuídas a cada licitante relativo aos quesitos analisados e nota final de cada um deles;
- b) justificativas escritas das razões que fundamentaram as notas, em cada caso;
- c) ata de julgamento das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária assinada por todos os membros da Subcomissão Técnica;
- d) todas as propostas não identificadas apresentadas pelas LICITANTES.

9.27. Após a entrega dos documentos relativos ao julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária e a apresentação da nota, a Comissão de Contratação encaminhará à Subcomissão Técnica as caixas lacradas contendo os documentos constantes dos INVÓLUCROS Nº 3 para análise.

9.28. Feita a análise individualizada e o julgamento técnico do conteúdo do INVÓLUCRO nº 3, a Subcomissão Técnica entregará à Comissão de Contratação os seguintes documentos:

- a) planilha contendo a nota final de cada licitante relativa aos quesitos analisados e nota final de cada um deles;
- b) as justificativas escritas das razões que fundamentaram as pontuações, em cada caso;
- c) ata de julgamento das propostas referentes à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problema de Comunicação assinada por todos os membros da Subcomissão Técnica;

d) todas as propostas referentes à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções das licitantes.

9.29. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada a Subcomissão Técnica atribuirá nota a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme previsto neste Edital, e lançará sua nota em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

9.30. O disposto no item 9.29 não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas neste Edital resulte na identificação da licitante antes da abertura dos INVÓLUCROS Nº 2.

9.31. A subcomissão técnica reavaliará a nota atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor nota for superior a 20% (vinte por cento) da nota máxima do quesito, nos termos do art. 6º, VII da Lei nº 12.232/10.

9.32. As planilhas a que se referem a alínea “a” dos itens 9.27 e 9.29 conterão, respectivamente, as notas de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

SEGUNDA SESSÃO

9.33. Após a análise e nota das Propostas Técnicas (INVÓLUCROS Nº 1 e Nº 3) as licitantes serão convocadas a comparecer a nova sessão pública para a apuração do resultado geral das Propostas Técnicas com os seguintes procedimentos:

9.33.1. abertura do INVÓLUCRO Nº 2 – via identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

9.33.2. cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria.

9.33.3. elaboração de planilha geral com as notas atribuídas a cada um dos quesitos de cada Proposta Técnica.

9.34. Caso o cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária seja feito na própria reunião, estando presentes todos os representantes das licitantes, a Comissão de Contratação proclamará o resultado final do julgamento da Proposta Técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação das demais, e:

9.34.1. Havendo tempo hábil e desistência de todas as LICITANTES da intenção de interpor recursos, mediante manifestação formal de todos, registrada em ata, os INVÓLUCROS Nº 4 – Proposta de Preços poderão ser abertos em sessão pública a ser aberta imediatamente após o encerramento da presente fase.

9.34.2. Não havendo tempo hábil, ou não havendo desistência de todas as LICITANTES da intenção de interpor recurso, a Comissão de Contratação divulgará o resultado final do julgamento das Propostas Técnicas e abrir-se-á o prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recursos, sendo marcada a data para a abertura dos INVÓLUCROS Nº 4.

9.35. O resultado será publicado na Imprensa Oficial do Município e na Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, iniciando-se a contagem do prazo para interposição de recursos a partir da divulgação.

TERCEIRA SESSÃO

9.36. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido sua desistência, ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Contratação convocará as LICITANTES para participar da terceira sessão pública para a abertura dos INVÓLUCROS Nº 4 – Proposta de Preços.

9.37. Será conferido o(s) lacre(s) da(s) caixa(s) contendo o INVÓLUCRO Nº 4 antes de sua abertura.

9.38. Após abertos os INVÓLUCROS Nº 4 das empresas classificadas, as Propostas de Preço neles contidas serão rubricadas pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes previamente credenciados das LICITANTES presentes.

9.39. Examinado o cumprimento das exigências fixadas neste Edital para a elaboração da Proposta de Preço, será procedido o seu julgamento atribuindo-lhes as notas conforme estabelecido Capítulo 12 deste edital, e, sendo o caso, desclassificando aquelas que não atenderem o exigido no instrumento convocatório.

9.41. Serão desclassificadas as LICITANTES que apresentarem propostas com valor superior a verba destinada ou que consignarem preços inexequíveis.

9.42. Será elaborada a classificação geral em ordem decrescente das notas finais, respeitado o critério de aceitabilidade de preços, sendo declarada vencedora a licitante que obtiver maior Nota Final (NF).

9.43. Será lavrada ata circunstanciada que mencionará todas as LICITANTES, as impugnações feitas e demais ocorrências que interessarem ao julgamento da licitação, reservando-se, porém, a Comissão de Contratação, o direito de levá-las ou não em consideração, devendo a ata ser assinada pelos membros da Comissão e por todos os LICITANTES presentes.

9.44. A intimação das LICITANTES sobre o julgamento das propostas de preço dar-se-á, pessoalmente aos respectivos representantes presentes, ou por intermédio de publicação do resultado na Imprensa Oficial do Município e/ou na Imprensa Oficial do Estado de São Paulo.

9.45. O prazo para interposição de recursos quanto ao julgamento das propostas de preço é de 03 (três) dias úteis contados da sessão de que trata o item 9.44.

QUARTA SESSÃO

9.46. Não havendo interposição de recurso ou manifestado a desistência deste, ou ainda sendo julgados os recursos interposto e publicado o resultado, as LICITANTES cujas propostas tenham sido classificadas serão convocadas para a apresentação do INVÓLUCRO Nº 5- HABILITAÇÃO.

9.47. O INVÓLUCRO Nº 5 – HABILITAÇÃO de todas as LICITANTES classificadas será recebido em Sessão Pública, para abertura e análise da conformidade de seu conteúdo com as condições estabelecidas na legislação em vigor e neste Edital.

9.48. Após identificados os representantes das LICITANTES, serão recebidos e abertos os INVÓLUCROS Nº 5, os Documentos de Habilitação neles contidas serão rubricadas pelos membros da Comissão Permanente de Licitações e pelos representantes previamente credenciados das LICITANTES presentes.

9.49. Caso a documentação seja analisada na própria Sessão e estando presentes todos os representantes das LICITANTES, e havendo manifestação expressa dos representantes das LICITANTES da desistência de interposição de recursos registrada em ata, a Comissão de Contratação divulgará o resultado da habilitação, e providenciará sua publicação na Imprensa Oficial do Município e na Imprensa Estado de São Paulo, nos termos da Legislação.

9.50. Habilitadas as LICITANTES, o procedimento será encaminhado à autoridade superior para adjudicação e homologação à licitante melhor classificada.

10. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

10.1. Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão de Contratação, exceto a análise e julgamento das Propostas Técnicas, que será feita pela Subcomissão Técnica nomeada através da Portaria Municipal nº 912/2025.

10.2. A Subcomissão Técnica será constituída por 03 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que pelo menos 01 (um) deles não terá vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Prefeitura da Estância Turística de Salto, nos termos do art. 10, §1º da Lei Federal 12.232/2010.

10.3. A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3(um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

10.4. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão pública de recebimento e abertura dos INVÓLUCROS.

10.4.1. Caberá à Subcomissão Técnica:

10.4.1.1. Analisar individualmente e julgar o Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação em conformidade com os termos deste Edital;

10.4.1.2. Desclassificar as LICITANTES que desatenderem as exigências legais e as estabelecidas neste Edital, em especial as relacionadas a aposição de marca, sinal, etiqueta ou palavra que possibilite a identificação das proponentes nos INVÓLUCROS e/ou documentos neles contidos, conforme a formalidade disposta nos itens que tratam de tais casos;

10.4.1.3. Produzir e encaminhar à Comissão de Contratação todos os documentos necessários ao atendimento dos termos deste Edital, relativos ao julgamento da qualificação técnica das LICITANTES, neles compreendidas as planilhas com as pontuações dos quesitos e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram, em cada caso, bem como elaborar ata da sessão de julgamento;

10.4.1.4. Manifestar-se, em caso de eventuais recursos dos LICITANTES relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitada pela Comissão de Contratação.

10.4.1.5. A Subcomissão Técnica não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do plano de Comunicação.

10.4.1.6. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os atributos da Proposta, em cada quesito e sub-quesito relacionado no Capítulo 11 do Edital.

10.4.1.7. O julgamento das Propostas Técnicas será feito pela Subcomissão Técnica nomeada conforme descrito no capítulo anterior deste Edital.

11. DA PROPOSTA TÉCNICA (INVÓLUCROS Nº 1, 2 E 3)

11.1. A Proposta Técnica consistirá em quatro quesitos: Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problema de Comunicação. As orientações para a elaboração da Proposta Técnica estão descritas a seguir:

11.2. Plano de Comunicação Publicitária – INVÓLUCRO Nº 1 e Nº 2

11.2.1. As LICITANTES apresentarão Plano de Comunicação Publicitária elaborado com base no briefing constante do Anexo II deste Edital.

11.2.2. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser elaborado em 2 (duas) vias – NÃO IDENTIFICADA e IDENTIFICADA – que deverão ser acondicionadas separadamente nos INVÓLUCROS Nº 1 e Nº 2, conforme estabelecido no Capítulo Oitavo deste Edital.

11.2.3. A Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do INVÓLUCRO Nº 2.

11.2.4. A Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária – sem os exemplos de peças e/ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da Via Não Identificada,

com a identificação da LICITANTE, e ser datada e assinada na última página e rubricada nas demais, pelo representante legal da LICITANTE.

11.2.5. O Plano de Comunicação Publicitária (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia e Não Mídia), o qual deverá ser apresentado no envelope fornecido pela Prefeitura da Estância Turística de Salto, sem nome, sinal, dobraduras, salvo quanto às expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, conforme orientações abaixo:

I - redigido em língua portuguesa;

II - elaborado em papel A4 branco com gramatura entre 75 e 90g/m², orientação retrato;

III - com espaçamento de 2 cm nas quatro margens, a partir da borda;

IV - com espaçamento entre as linhas simples;

V - texto em fonte Arial 12, estilo “normal”, na cor preta;

VI - textos justificados;

VII - sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;

VIII - com todas as páginas numeradas sequencialmente em fonte Arial 12 estilo “normal”, em algarismos arábicos no canto inferior direito da página, a partir da primeira página interna;

IX - em caderno único, com espiral preto colocado à esquerda;

X - capa e contracapa em papel A4 branco, com gramatura entre 75 e 90g/m²;

XI - sem identificação da licitante.

11.3. O Plano de Comunicação Publicitária deverá atender ao estabelecido a seguir:

I - Raciocínio Básico – (Nota máxima do quesito: 10 (dez):

Texto em até 03 (três) páginas, em que a Licitante demonstrará seu entendimento sobre as informações apresentadas no Briefing, apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação da Prefeitura da Estância Turística de Salto, a compreensão sobre as informações constantes do Briefing e os desafios de comunicação a serem enfrentados.

II - Estratégia de Comunicação Publicitária: - (Nota máxima do quesito: 10 (Dez):

Texto em até 03 (três) páginas, em que a Licitante apresentará e defenderá o partido temático que, de acordo com o seu raciocínio básico, deve fundamentar a proposta de solução do problema geral e dos problemas específicos de comunicação consignado no Briefing, além de explicitar e defender os principais pontos da estratégia de comunicação sugerida para a solução do problema e dos objetivos de comunicação e marketing, especialmente o que dizer a quem dizer como dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar.

Observação: Os quesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráfico e/ou tabela, com a utilização de tons de cinza, com fonte Arial tamanho 10.

III - Ideia Criativa: - (Nota máxima do quesito: 15 (Quinze):

a) A Ideia Criativa deve constituir uma proposta de solução do problema específico de comunicação descrito no respectivo “Briefing”;

b) Como parte do quesito Ideia Criativa, a licitante apresentará campanha publicitária com

exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação da Prefeitura da Estância Turística de Salto e demonstrem sua harmonia com a redução de mensagem de que trata a alínea anterior.

b.1.) Os exemplos de peças poderão ser apresentados sob a forma de roteiro, layout e story-board impressos para qualquer peça, e de “monstro”, exclusivamente para rádio e Internet (arquivo flash e/ou HTML), admitindo-se dobras se necessários;

b.2) Só serão admitidos exemplos acabados de peças de não mídia. Os exemplos de peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, limitados a **05 (cinco) peças**;

b.3) As peças que integram o “Plano de Comunicação” deverão estar acondicionadas em embalagens adequadas às características do ENVELOPE N° 1 - Plano de Comunicação – Via não Identificada, desde que invioláveis, sem qualquer identificação de sua autoria quanto às informações de que tratam, até da abertura do correspondente envelope.

b.4) Só serão admitidos exemplos acabados de peças de não mídia. É permitido o uso de imagens estáticas, em movimento ou geradas por Inteligência Artificial (IA)

IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia: - (Nota máxima do quesito: 10 (dez):

a) Texto com até 03 (três) páginas (sem contar as artes, tabelas e gráficos) em que, de acordo com as informações do Briefing, a licitante demonstrará capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha com base na verba estipulada, **considerando todos os custos com a Agência**;

b) Simulação de plano de distribuição das peças da campanha publicitária mencionada na alínea “b” do quesito **Ideia Criativa**, acompanhada de texto de até 02 (duas) páginas, com a explicitação das propostas adotadas, valores de produção e de veiculação e mais suas justificativas;

b.1) A proponente poderá se valer de tabelas, gráficos, planilhas e quadro resumo para identificar o período de veiculação; as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação e não mídia;

b.2) As tabelas, gráficos e planilhas do quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia, poderão ser elaboradas com fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;

b.3.) Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação.

11.4. ENVELOPE N°02 – “Plano de Comunicação – Identificado”:

11.4.1. O ENVÓLUCRO N°02- “Plano de Comunicação - Identificado” deverá ser apresentado conforme previsto no Edital, contendo o mesmo teor da via não identificada, com data e assinatura na última página e rubrica nas demais, contendo os mesmos requisitos acima, de igual teor e forma, **mas SEM a Ideia Criativa.**

11.5. ENVÓLUCRO N° 03 – “Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação”.

11.5.1. A “Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação” – ENVELOPE N° 03 deverá ser apresentado na forma do Edital.

11.5.2. Os documentos e informações não poderão ter qualquer informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada – e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope n° 2.

I - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO: - (Nota máxima: 10 (dez):

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

a) relação nominal de no mínimo 03 (três) principais clientes atendidos pela LICITANTE com a especificação do período de atendimento de cada um deles;

b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido com, no mínimo, nome, formação e experiência dos profissionais que serão colocados à disposição para a execução dos serviços da Prefeitura da Estância Turística de Salto, caso a licitante venha a ser contratada, discriminando as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio e TV, produção gráfica, mídia e atendimento;

c) a sistemática de atendimento, discriminando as obrigações a serem cumpridas na execução dos serviços, inclusive prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de campanha, materiais publicitários impressos, peças de oportunidade e na elaboração de plano de mídia;

d) as informações de marketing e comunicação, as pesquisas de audiência e a auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Prefeitura da Estância Turística de Salto, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

e) não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento;

f) os documentos e informações que compõem o caderno específico mencionado deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4 ou A3 dobrado, com ou sem o uso de cores, em fonte ‘Arial’, tamanho ‘12 pontos’, em folhas numeradas sequencialmente, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.

II – REPERTÓRIO: - (Nota Máxima: 10 (dez):

O Repertório da licitante deverá ser constituída por caderno específico, constituído de um conjunto de peças e ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela

licitante, preferencialmente nos últimos 3 (três) anos, sob a forma de peças e respectivas memórias técnicas, nas quais se incluirá indicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver, agrupados em caderno específico.

a) Poderão ser apresentadas até 5 (cinco) peças, independentemente do meio divulgação, do tipo ou característica da peça, todas veiculadas ou expostas;

b) Cada peça deverá conter ficha técnica com a identificação da Licitante, título, data de produção, período de veiculação e menção do veículo que a divulgou;

b.1.) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas);

b.2.) se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.

c) Os vídeos poderão ser fornecidos em pen drive, assim como os spots e/ou jingles e as peças de internet que deverão ser encaminhadas em alguma opção de simulador de internet; as peças gráficas em proporções reduzidas que preservem suas dimensões originais e sua leitura, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos).

d) As peças apresentadas **NÃO** podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela Prefeitura da Estância Turística de Salto.

e) Formatação na orientação retrato em fonte 'Arial' tamanho '12 pontos', com ou sem o uso de cores, em folhas numeradas sequencialmente, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos;

f) Edição em papel A4 ou A3, preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação das dimensões originais das peças neles contidas.

III - Relatos de soluções de problema de comunicação: – (Nota máxima: 5 (cinco):

O Relatos de soluções de problema de comunicação da licitante deverá ser constituída por caderno específico, contendo:

a) Deverão ser apresentados até 3 (três) “*cases stories*”, sob a forma de texto com até 3 (três) páginas em formato A4 cada um, com o descritivo dos problemas enfrentados, das soluções encontradas e dos resultados alcançados, permitindo-se a inclusão de até 3 peças por case. No caso de peças eletrônicas e/ou os *spots* e/ou *jingles* deverão ser fornecidos em pen drive e as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura;

b) Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Prefeitura da Estância Turística de Salto seja ou tenha sido signatária.

c) A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, mediante a rubrica do autor do referendo em todas as suas páginas e na última página do relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário acompanhada do seu nome e cargo ou função;

d) Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 3 (três) peças e/ou material tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

d.1) As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos);

d.2) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico, ou ser apresentadas separadamente (soltas), preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais;

d.3.) se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.

e) Os documentos e informações que compõem o caderno específico deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4, com ou sem o uso de cores, em fonte 'Arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.

f) Qualquer página com os documentos e informações do caderno específico poderá ser editada em papel A3 dobrado, caso em que, para fins do limite previsto na letra "a" desta cláusula será computado como duas páginas de papel A4.

12. PROPOSTA DE PREÇOS (INVÓLUCRO N° 4)

12.1. A proposta de preços deverá ser apresentada com a identificação da LICITANTE redigida com clareza, sem emendas, rasuras, acréscimos ou entrelinhas, datada, assinada na última folha e rubricada nas demais pelo responsável ou procurador da LICITANTE devidamente credenciado, elaborada conforme orientações contidas a seguir e no Anexo IV – Modelo de Proposta de Preços.

12.2. A licitante deverá apresentar o percentual de desconto proposto sobre os custos internos da agência, a ser concedido para a Prefeitura da Estância Turística de Salto, baseados na tabela de preços do **SINAPRO/SP** - Sindicato das LICITANTES de Propaganda do Estado de São Paulo, que seja contemporânea a este edital considerando a última versão até a data desta concorrência.

12.3. O percentual proposto será de exclusiva responsabilidade da AGÊNCIA e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmada, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

12.4. O percentual proposto deverá contemplar todas as despesas necessárias à plena execução dos serviços, tais como de pessoal, de administração, e todos os encargos (obrigações sociais, impostos, taxas etc.) incidentes sobre o serviço.

12.5. Para o julgamento a nota da licitante será baseada no percentual de desconto ofertado sobre os custos internos da agência, conforme 12.2 deste capítulo a ser concedido.

12.6. O prazo de validade das propostas será declarado pela AGÊNCIA, não podendo ser inferior a 60 (sessenta) dias, contado da data de sua apresentação.

12.7. A agência fará jus ao percentual de 20% (vinte por cento) sobre veiculação, 15% (quinze por cento) sobre honorários de produção, e 10% (dez por cento) para pesquisas e outros instrumentos de avaliação, conforme normas do CENP.

12.8. A simples apresentação das propostas implicará a aceitação integral das condições fixadas neste Edital, bem como a observância as normas legais pertinentes.

12.9. Serão desclassificadas as propostas que:

- a) Não atenderem às exigências deste Edital e de seus Anexos.
- b) Apresentarem irregularidades ou contiverem rasuras, emendas ou entrelinhas;
- c) Que forem apresentadas em desacordo com os termos da minuta constante deste anexo;
- d) Apresentarem valores irrisórios ou manifestamente inexequíveis.

12.10. Poderão ser admitidas, a critério da Comissão Permanente de Licitações, alterações formais destinadas a sanar evidentes erros formais que não impliquem alteração do conteúdo das Propostas e desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta licitação.

13. HABILITAÇÃO JURÍDICA, REGULARIDADE FISCAL E QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA - (INVÓLUCRO Nº 5)

13.1. No Invólucro nº 05 fechado e indevassável, trazendo em seu exterior os dizeres de identificação da LICITANTE e aqueles pré-estabelecidos nesta licitação e deverão estar inseridos os documentos relacionados nas alíneas abaixo, em 1 (uma) via original, devidamente assinada por seu representante legal. Serão analisados os documentos de Habilitação das LICITANTES cujas Propostas Técnicas e de Preços tenham sido classificadas.

13.2. Relativos à Habilitação Jurídica, conforme o caso:

- a) Registro comercial no caso de empresa individual;
- b) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor consolidados e/ou última alteração consolidado, ou todas elas, caso não consolidados, compatível com o objeto licitado, devidamente registrados no caso de sociedade comercial e, quando sociedade por ações, deverá também ser apresentado ato regularmente arquivada da assembleia da última eleição de seus administradores;
- c) Prova de inscrição de ato constitutivo em Cartório de Registro de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedade civil, acompanhada de prova da diretoria em exercício;
- d) Decreto de autorização em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País e ato de registro ou autorização para funcionamento, expedido por órgão competente;
- d.1) O documento acima deverá estar acompanhado de todas as alterações ou serem apresentados de forma consolidada.

13.3. Relativos à Regularidade Fiscal e Trabalhista:

a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ).

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

c) Prova de regularidade para com as Fazendas Federal e Municipal, do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente na forma da lei, mediante a apresentação das seguintes certidões:

c.1) Certidão Conjunta Negativa de Débitos ou Certidão Conjunta Positiva com Efeitos de Negativa, relativos a Tributos Federais (inclusive as contribuições sociais) e à Dívida Ativa da União, expedida pela Secretaria da Receita Federal;

c.2) Certidão Negativa de Débitos **ou** Certidão Conjunta Positiva com Efeitos de Negativa, relativos a Tributos Mobiliários Municipal (ISSQN) do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente na forma da lei.

c.3) Certidão Negativa de Débitos ou Certidão Conjunta Positiva com Efeitos de Negativa, perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), por meio da apresentação do CRF - Certificado de Regularidade do FGTS;

d) Prova de regularidade perante a Justiça do trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei 5.452, de 1º de maio de 1943.

d.1) A Certidão de regularidade Trabalhistas – CNDT é expedida gratuita e eletronicamente em todo o território nacional. O interessado pode requerê-la nas páginas eletrônicas do TST, do CSJT e dos Tribunais Regionais do Trabalho, mediante indicação do CNPJ.

13.4. Relativo à Qualificação Econômico-Financeira:

a) Certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica;

b) Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, conforme os índices abaixo:

- ILC (Índice de Liquidez Corrente) = $AC \text{ (Ativo Circulante)} / PC \text{ (Passivo Circulante)}$ maior ou igual a 1,00

- ILG (Índice de Liquidez Geral) = $AC \text{ (Ativo Circulante)} + RLP \text{ (Realizável a Longo Prazo)} / PC \text{ (Passivo Circulante)} + PNC \text{ (Passivo Não Circulante)}$ maior ou igual a 1,00

- SG (Solvência Geral) = $AT \text{ (Ativo Total)} / PC \text{ (Passivo Circulante)} + PNC \text{ (Passivo Não Circulante)}$ maior ou igual a 1,00

Onde:

AC = Ativo Circulante, PC = Passivo Circulante, RLP = Realizável a Longo Prazo, PNC =

Passivo Não Circulante, AT = Ativo Total

b.1) O balanço patrimonial mencionado acima deve estar escriturado nos termos das Normas Brasileira de Contabilidade, bem como em conformidade com a legislação vigente, conter o registro no órgão competente e estar devidamente assinados pelo representante legal da empresa e pelo profissional habilitado junto ao Conselho Regional de Contabilidade – CRC, consoante e preconizado na Resolução CFC n.º 1.554/2018;

b.2) No caso de empresas recém-constituídas, consideradas aquelas que possuem tempo de atividade inferior a 01 (um) ano, admite-se a apresentação de balanço patrimonial e demonstrações contábeis referentes ao período de existência da sociedade, devidamente assinado pelo profissional habilitado junto ao Conselho Regional de Contabilidade – CRC e representante legal da empresa.

b.3) No caso de Escrituração Digital – SPED, deverá apresentar o Balanço Patrimonial extraído do sistema, que comprove a boa situação financeira da empresa, conforme solicitado no edital.

13.5. Relativo à Qualificação Técnica:

a) Apresentar cópia do Certificado de Qualificação Técnica fornecido pelo CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda;

b) Os licitantes também deverão apresentar atestados de capacidade técnica comprovando que prestou serviço em características compatíveis com o objeto da licitação;

b.1) Deverá constar no atestado de capacidade técnica o objeto contratado, bem como as especificações técnicas, quantitativos, prazos e desempenho do contratado, sob pena de desclassificação;

b.2) O atestado de capacidade técnica tem a finalidade de comprovar que a licitante prestou serviços ou está prestando serviços satisfatoriamente, em características, quantidades e prazos de acordo com o objeto da licitação;

b.3) O atestado de capacidade técnica poderá ser emitido por pessoa jurídica de direito público ou privado;

b.4) O atestado emitido por pessoa jurídica de direito privado deverá vir assinado pelo representante legal da empresa emitente;

b.5) É admitida a somatória de atestados de capacidade técnica, independente da época de expedição ou localidade.

13.6. DOCUMENTAÇÃO COMPLEMENTAR

13.6.1. Documentação que deverá acompanhar, obrigatoriamente, os documentos de habilitação:

- a) declaração de que atende aos requisitos de habilitação exigidos nesta Concorrência, sendo que o declarante responderá pela veracidade das informações prestadas, na forma da lei (art. 63, (I) da lei n.º 14.133/2021);
- b) sob pena de desclassificação, declaração de que suas propostas econômicas compreendem a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de entrega das propostas;
- c) de que está ciente e concorda com as condições contidas no edital e seus anexos, bem como de que a proposta apresentada está em conformidade com o edital e que o valor ofertado compreende a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de sua entrega em definitivo;
- d) de que não emprega menor de 18 anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 anos, salvo menor, a partir de 14 anos, na condição de aprendiz, nos termos do artigo 7º, XXXIII, da Constituição;
- e) de que não possui, em sua cadeia produtiva, empregados executando trabalho degradante ou forçado, observando o disposto nos incisos III e IV do art. 1º e no inciso III do art. 5º da Constituição Federal;
- f) de que cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas no art. 93 da Lei 8.213/1991;
- g) Apresentar, pessoa física para assinar contrato junto a Prefeitura indicando: nome, cargo, data de nascimento, endereço pessoal, e-mail institucional e pessoal, telefone, nacionalidade, estado civil, cargo, RG e CPF, de acordo com a Instrução 01/2020 e Resolução 07/2020 do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, para preencher o Termo de Ciência e de Notificação.
- g.1) A ausência da declaração exigida no item “g” não inabilitará o concorrente, porém a disponibilidade das informações está condicionada a formalização do contrato e sua assinatura, caso declarada vencedora.

13.6.1.1. A falsidade da declaração de que trata os itens “c”, “d”, “e” e “f” sujeitará o licitante às sanções previstas na Lei nº 14.133, de 2021, e neste Edital.

13.7. DISPOSIÇÕES GERAIS SOBRE A DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO

13.7.1. Os documentos eletrônicos produzidos com a utilização de processo de certificação disponibilizada pela ICP – Brasil, nos termos da Lei Federal nº 14.063/202, serão recebidos e presumir-se-ão verdadeiros em relação aos signatários, dispensando-se o envio de documentos originais e cópias autenticadas em papel.

13.7.1.1. Quando necessário os documentos à habilitação em meio físico, poderão ser apresentados em original, por qualquer processo de cópia autenticada por cartório competente ou por servidor da administração ou publicação em órgão da imprensa oficial ou ainda declaração de autenticidade por advogado, sob sua responsabilidade pessoal, conforme art. 12, IV da Lei 14.133/2021 em consonância com a Lei Federal n.º 13.726/2019, inclusive autenticação digital:

13.7.1.2. A autenticação da cópia, por servidor municipal, será apenas com o cotejo do documento original, devendo apresentar o original juntamente com cópia simples do referido documento. Não será autenticado cópia de outra cópia, ainda que autenticada.

13.7.1.3. O reconhecimento de firma somente será exigido quando houver dúvida de autenticidade, salvo imposição legal, art. 12, V da Lei de Licitação;

13.7.2. Havendo dúvida sobre a veracidade do documento, será exigida a apresentação dos originais não-digitais.

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

13.7.4. Eventual inabilitação do licitante será considerada para fins de apuração da veracidade das informações prestadas na declaração de cumprimento aos requisitos de habilitação, conforme o art. 63, I, da Lei nº 14.133/2021.

13.7.5. A verificação pela Comissão de Contratação, em sítios eletrônicos oficiais de órgãos e entidades emissores de certidões constitui meio legal de prova, para fins de habilitação.

13.7.6. Os documentos adicionais exigidos para habilitação poderão ser enviados por meio de e-mail: licitacao@salto.sp.gov.br, em formato digital, **no prazo de 30(trinta) minutos**, contados da convocação pela Comissão de Contratação pelo mencionado e-mail.

13.7.7. Após a apresentação dos documentos para habilitação, não será permitida a substituição ou a apresentação de novos documentos, salvo em sede de diligência:

13.7.7.1. Complementação de informações acerca dos documentos já apresentados pelos licitantes e desde que necessária para apurar fatos existentes à época da abertura do certame;

13.7.7.2. Atualização de documentos cuja validade tenha expirado após a data de recebimento das propostas;

13.7.8. Na análise dos documentos de habilitação, a Comissão de Contratação poderá sanar erros ou falhas, que não alterem a substância dos documentos e sua validade jurídica, mediante decisão fundamentada, registrada em ata e acessível a todos, atribuindo-lhes eficácia para fins de habilitação e classificação.

13.7.9. Na hipótese de o licitante não atender às exigências para habilitação, a Comissão de Contratação examinará a proposta subsequente e assim sucessivamente, na ordem de classificação, até a apuração de uma proposta que atenda ao presente edital.

13.7.10. É dever da licitante atualizar previamente as comprovações constantes no registro cadastral, caso venha a utilizar para participação, para que estejam vigentes na data da abertura da sessão pública, ou encaminhar, em conjunto com a apresentação da proposta, a respectiva documentação atualizada.

13.7.11. Não serão aceitos documentos de habilitação com a indicação de CNPJ/CPF diferentes, salvo aqueles legalmente permitidos.

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

13.7.13. Na hipótese de não constar prazo de validade nas certidões apresentadas, esta Prefeitura aceitará como válidas as expedidas até **180 (cento e oitenta) dias** imediatamente anteriores à data de apresentação das propostas.

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

13.7.15. É vedada a mesclagem de documentos de estabelecimentos diversos, exceto aqueles documentos que pela própria natureza, comprovadamente, forem emitidos em nome da matriz e, válidos para todas as suas filiais.

13.8. As microempresas e empresas de pequeno porte, por ocasião da participação neste certame, **deverão apresentar toda a documentação exigida para fins de comprovação de regularidade fiscal e trabalhista, mesmo que esta apresente alguma restrição, nos termos do art. 43, § 1º da Lei Complementar 123/06 e suas alterações:**

13.8.1. Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal e trabalhista, será assegurado o prazo de **05 (cinco) dias úteis, a contar do momento em que for declarado vencedor do certame**, prorrogável por igual período, a critério desta Prefeitura ou até a assinatura do contrato, nos termos do art. 42 da Lei Complementar 123/2006 e suas alterações, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa, ou até a assinatura do contrato, conforme artigo 42 da LC 123/2006 e suas alterações.

13.8.2. A não-regularização da documentação, no prazo previsto no subitem acima, implicará na **decadência do direito à contratação**, sem prejuízo das sanções previstas neste edital, procedendo-se à convocação dos licitantes subsequentes

14. DO CRITÉRIO DE JULGAMENTO E CLASSIFICAÇÃO

14.1. As propostas apresentadas de acordo com as especificações e exigências deste Edital serão classificadas pela ordem decrescente das notas finais, respeitado o critério de aceitabilidade dos preços, sendo declarada vencedora a licitante que obtiver maior Nota Final (NF).

14.2. A Nota Técnica (NT) será atribuída pelo somatório de pontos auferidos pelos licitantes em cada um dos quesitos avaliados.

14.3. A Nota de Preço (NP) será atribuída pelo somatório de pontos auferidos pelas LICITANTES de acordo com o estabelecido no item 14.19.1 deste Edital.

14.4. As proporções correspondentes às propostas técnicas e de preços são as seguintes:

Nota Técnica - 70 (setenta) no máximo;

Nota de Preço - 30 (trinta) no máximo

Nota Final: 100 (Cem) no máximo

Onde:

NT + NP : NF

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

14.6. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critérios de julgamento técnico, a acuidade da compreensão dos seguintes atributos, para cada quesito, conforme definidos a saber:

14.7. Plano de Comunicação Publicitária

14.7.1 Raciocínio Básico:

I - Das características da Prefeitura da Estância Turística de Salto e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação;

II - a natureza da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura da Estância Turística de Salto com os municípios;

III - o papel da Prefeitura da Estância Turística de Salto no atual contexto social, político e econômico;

IV - o problema e os objetivos de comunicação estabelecidos pela Prefeitura da Estância Turística de Salto no Briefing

14.7.2. Estratégia de Comunicação:

I - a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e qualificação da Prefeitura da Estância Turística de Salto e ao problema e objetivos de comunicação;

II - a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito;

III - a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Prefeitura da Estância Turística de Salto e seus públicos;

IV - a adequação da estratégia de comunicação proposta para solução do problema e dos objetivos de comunicação da Prefeitura da Estância Turística de Salto.

V - a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação proposta;

VI - a capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas;

VII - a capacidade de articular os conhecimentos sobre a Prefeitura da Estância Turística de Salto e sobre o problema e os objetivos de comunicação, os públicos, os objetivos de marketing e a verba disponível.

14.7.3. Ideia Criativa:

I - a adequação ao problema e aos objetivos de comunicação da Prefeitura da Estância Turística de Salto;

II - a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

III - a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;

IV - a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;

V - a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;

VI - sua pertinência às atividades da Prefeitura da Estância Turística de Salto

VII - os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;

VIII - a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos;

IX - a adequação da proposta à identidade visual da Prefeitura da Estância Turística de Salto, conforme manual da marca:

<https://drive.google.com/drive/folders/1hVi9RqrNBTmFn2PmrHf22RMyaS91OrHC?usp=sharing>

14.7.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia:

I - o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos públicos-alvo prioritários;

II - a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;

III - a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;

IV - a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos canais de comunicação próprios da Prefeitura da Estância Turística de Salto;

V - a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;

VI - a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

14.8. Capacidade de atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problema de Comunicação - (ENVELOPE N° 3):

14.8.1. Capacidade de Atendimento:

I - tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;

II - a adequação das qualificações à estratégia de comunicação proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação do quadro de profissionais;

III - a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação e das pesquisas de audiência, da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Prefeitura da Estância Turística de Salto, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato;

IV - a operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura da Estância Turística de Salto e a LICITANTE, esquematizado na proposta.

14.8.2. Repertório:

I - a ideia criativa e sua pertinência;

- II - a clareza da exposição;
- III - a qualidade da execução e do acabamento.

14.8.3. Relatos de Soluções de Problema de Comunicação:

- I - a concatenação lógica da exposição;
- II - a evidência de planejamento publicitário;
- III - a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- IV - a relevância dos resultados apresentados.

14.9. Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá notas individuais, de 0 (zero) até o máximo estabelecido em cada um dos quesitos acima, obedecendo intervalos de 0,1 (um décimo) e levando em consideração todos os itens previstos neste instrumento.

14.10. A nota final do quesito corresponderá à média aritmética das notas de cada membro da Comissão Técnica, com duas casas decimais, respeitadas a pontuação máxima de cada sub-quesito e o limite máximo definido do quesito.

14.11. Serão classificadas as Propostas Técnicas das licitantes que atenderem a todas as condições a seguir:

- a) não obtiverem nota 0 (zero) em nenhum quesito;
- b) atenderem as demais exigências deste Edital;
- c) obtiverem nota final mínima de 45 (quarenta e cinco) pontos.

14.12. A Nota Técnica (NT) será atribuída pela somatória de pontos auferidos pelos LICITANTES em cada um dos quesitos de avaliação definidos neste edital.

14.13. A avaliação das Propostas Técnicas poderá resultar na pontuação máxima de 70 (setenta) pontos.

14.14. Cada quesito poderá atingir a nota máxima descrita a seguir:

14.14.1. ENVELOPE nº 1:

a) Plano de Comunicação Publicitária: 45 (quarenta e cinco)

- I - Raciocínio Básico – 10 (dez);
- II - Estratégia de Comunicação – 10 (dez);
- III - Ideia Criativa – 15 (quinze);
- IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia – 10 (dez).

14.14.2. ENVELOPE nº 3:

- I - Capacidade de Atendimento: 10 (dez)
- II - Repertório: 10 (dez)
- III - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 05 (Cinco).

14.15. Será desclassificada a proposta da LICITANTE:

- a) que não atender às exigências deste Edital e seus anexos ou deixar de prestar informações complementares quando solicitadas;
- b) cuja proposta técnica apresentar valor superior à verba destinada ou que consignarem preços inexequíveis.

14.16. Se houver desclassificação de alguma Proposta Técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura do ENVELOPE Nº 2 – via identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

14.17. Para fins de cálculo da criação, produção e veiculação da campanha institucional simulada, as LICITANTES utilizarão como referencial máximo o montante de **R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais)**.

14.18. A critério da Prefeitura da Estância Turística de Salto, as ações de comunicação das LICITANTES poderão ou não vir a ser produzidas e veiculadas, com ou sem modificações, caso venham a formalizar contrato de prestação de serviço com a Prefeitura da Estância Turística de Salto.

14.19. As LICITANTES deverão apresentar Proposta de Preços informando o **percentual de desconto** a ser concedido à Prefeitura da Estância Turística de Salto sobre os custos internos da agência, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO/SP, e sobre os honorários de acompanhamento de produção sobre os serviços e suprimentos externos contratados com fornecedores terceiros para execução dos trabalhos sob supervisão da agência.

14.20. A Nota de Preço (NP) será atribuída à LICITANTE conforme estabelecido neste Edital, poderá resultar a nota máxima de **30 (trinta)**, a saber.

14.20.1. Percentual de descontos sobre os custos internos da agência, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO/SP.

- Desconto de 10% a 19,9%- Nota máxima: 05 (cinco)
- Desconto de 20% a 29,9% - - Nota máxima: 10 (dez)
- Desconto de 30% a 49,9% - Nota máxima 20 (vinte)
- Desconto de 50% ou mais - - Nota máxima 30 (trinta)

14.21. O percentual proposto será de exclusiva responsabilidade da AGÊNCIA e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmada, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

14.22. O percentual proposto deverá contemplar todas as despesas necessárias à plena execução dos serviços, tais como de pessoal, de administração, e todos os encargos (obrigações sociais, impostos, taxas etc.) incidentes sobre o serviço.

14.23. Dentre as licitantes classificadas, será considerada primeira classificada a licitante que obtiver a maior nota final (NF).

14.24. Em caso de empate na nota final (Nota Técnica Final + Nota de Preços Final), será considerada como classificada em primeiro lugar a LICITANTE que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos itens da Proposta Técnica.

14.25. Ocorrendo empate, após a utilização da regra estabelecida no item anterior, a classificação se fará por sorteio, em ato público, para o qual todas as LICITANTES cujas propostas foram consideradas empatadas serão convocadas. Decorridos 30 (trinta) minutos da hora marcada, sem que compareçam todos os convocados, o sorteio será realizado a despeito das ausências.

14.26. O prazo de validade das propostas será declarado pela AGÊNCIA, não podendo ser inferior a 60 (sessenta) dias, contado da data de sua apresentação.

14.27. Expirado o prazo de validade das propostas sem convocação para a contratação, as AGÊNCIAS ficam liberadas dos compromissos assumidos, inclusive as vencedoras, que podem se recusar a assinar o contrato, salvo se tiverem dado causa ao atraso.

14.28. A simples apresentação das propostas implicará a aceitação integral das condições fixadas neste Edital, bem como a observância as normas legais pertinentes.

14.29. Não serão consideradas quaisquer cláusulas ou condições especiais no corpo das propostas, oferta de vantagem não prevista neste Edital.

15. DA HABILITAÇÃO, DA HOMOLOGAÇÃO E DA ADJUDICAÇÃO

15.1. Na data, hora e local marcados serão abertos os envelopes contendo os DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO – ENVELOPE n° 05, das proponentes classificadas na nota final.

15.2. Considerar-se-ão habilitadas as licitantes que atenderem integralmente as condições de habilitação descritas no presente Edital.

15.3. O resultado do julgamento será divulgado no sítio oficial da Prefeitura da Estância Turística de Salto, Diário Oficial do Estado de São Paulo e Imprensa Oficial do Município.

15.4. A adjudicação e homologação do objeto da presente licitação caberão à autoridade superior competente, Secretária de Comunicação e Turismo, sendo a mesma publicada no sítio oficial da Prefeitura da Estância Turística de Salto e Diário Oficial do Estado de São Paulo e Imprensa Oficial Eletrônica do Município;

16. DA GARANTIA

16.1 Será exigido da LICITANTE vencedora, durante toda a vigência do contrato, garantia no valor equivalente a 2% (dois por cento) do valor total do instrumento contratual, devendo ser apresentado à CONTRATANTE na assinatura do contrato, o comprovante em uma das modalidades previstas no art. 96, § 1º, incisos I, II, III e IV da lei federal n.º 14.133/2021.

16.2. Toda e qualquer garantia a ser apresentada responderá pelo cumprimento das obrigações da CONTRATADA eventualmente inadimplidas na vigência do contrato, e não

serão aceitas se o garantidor limitar o exercício do direito de execução ou cobrança ao prazo de vigência da garantia.

16.3. Na prorrogação do contrato, a garantia deverá, obrigatoriamente, ser renovada, devendo ser apresentada na assinatura do termo de aditamento.

17. DA SUBCONTRATAÇÃO (Art. 122)

17.1. Não será admitida a subcontratação global do objeto, podendo haver subcontratação parcial apenas para serviços técnicos especializados de apoio à produção (ex.: gráficas, produtoras de vídeo, sonorização, etc.), desde que sob supervisão direta e responsabilidade da agência contratada, conforme o art. 122, §1º, inciso II, da Lei nº 14.133/2021 e o art. 3º da Lei nº 4.680/65.

DA ASSINATURA DO CONTRATO

18.1. O prazo para assinatura do contrato será de até 05 (cinco) dias úteis, a contar da convocação da Prefeitura pela Secretaria de Administração e Governo Digital, sob pena de decair o direito à contratação, sem prejuízo das sanções prevista na Lei de Licitação 14.133/21.

18.1.1. O prazo de convocação poderá ser prorrogado 1(uma) vez, por igual período, mediante solicitação da parte durante seu transcurso, devidamente justificada, e desde que o motivo apresentado seja aceito pela Administração.

18.1.2. Será observado pela Administração as demais situações estabelecidas no Art. 90, parágrafos 2º ao 7º da Lei de Licitação, quando o convocado não assinar o termo contrato ou não aceitar ou não retirar o instrumento equivalente no prazo e nas condições estabelecidas nos itens **16.1** e **16.1.1.** deste edital.

18.3 No ato da assinatura do contrato, a LICITANTE declarada vencedora deverá apresentar:

a) Indicação do preposto, o qual será o responsável pela fiscalização, prestar toda assistência e orientação que se fizerem necessárias, conforme Artigo 118 da Lei Federal nº 14.133/2021;

b) Apresentar Garantia de Execução Contratual para a lavratura do contrato, no percentual de 2% (dois por cento) do valor do Contrato, numa das modalidades previstas no art. 96, § 1º, incisos I, II, III e IV da lei federal n.º 14.133/2021.

c.1.) A Garantia de Execução será liberada após a execução do contrato e restituída pela Entidade de Licitação à Contratada no prazo de até 45 (quarenta e cinco) dias do efetivo cumprimento das obrigações contratuais.

d) Cópia do Certificado de qualificação técnica, fornecido pelo CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida com fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

18.3.1. A recusa injustificada da LICITANTE vencedora em assinar o contrato dentro do prazo estabelecido neste capítulo caracterizará o descumprimento total das obrigações assumidas, reservando-se a Prefeitura da Estância Turística de Salto, o direito de independente de qualquer aviso ou notificação, realizar nova licitação ou convocar as

LICITANTES remanescentes, respeitada a ordem de classificação, prevalecendo, neste caso, as mesmas condições da proposta do primeiro classificado, inclusive quanto ao preço.

18.3.2. As LICITANTES remanescentes convocadas na forma do item anterior, que não concordarem em assinar o contrato, não estarão sujeitos às penalidades mencionadas neste edital.

19. DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS E SANÇÕES

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

- a) deixar de entregar a documentação exigida para o certame ou não entregar qualquer documento que tenha sido solicitado pela Comissão de Contratação durante o certame;
- b) Salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado, não mantiver a proposta em especial quando:
- c) não enviar a proposta adequada ao último lance ofertado ou após a negociação;
- d) recusar-se a enviar o detalhamento da proposta quando exigível;
- injustificadamente, pedir para ser desclassificado quando encerrada a etapa competitiva; ou
- d.1) deixar de apresentar amostra;
- d.2) apresentar proposta ou amostra em desacordo com as especificações do edital;
- e) não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;
- f) recusar-se, sem justificativa, a assinar o contrato ou a aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração;
- g) apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação
- h) fraudar a licitação

19.2. 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;
- d) praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação
- e) praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei n.º 12.846, de 2013.

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

19.3.1. advertência;

19.3.2. multa;

19.3.3. impedimento de licitar e contratar e

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

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

19.5. As sanções de advertência, impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade, bem como a sanção de multa aplicada em percentual de 0,5% a 30% incidente sobre o valor da proposta, respeitarão o devido processo legal, obedecerão ao prazo de defesa previsto nos arts. 156 e seguintes, da Lei 14.133/2021.

19.6. 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.

19.7. 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.

19.8. 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.

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

19.10. Poderá ser aplicada ao responsável a sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, em decorrência da prática das infrações, bem como pelas infrações administrativas 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.

19.11. A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato ou outro instrumento hábil ou a ata de registro de preço, 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.

19.12. A apuração de responsabilidade relacionadas às sanções de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar demandará a instauração de processo de responsabilização a ser conduzido por comissão composta por 2 (dois) ou mais servidores estáveis, que avaliará fatos e circunstâncias conhecidos e intimará o licitante ou o adjudicatário para, **no prazo de 15 (quinze) dias úteis**, contado da data de sua intimação, apresentar defesa escrita e especificar as provas que pretenda produzir.

19.13. Caberá recurso **no prazo de 15 (quinze) dias úteis** da aplicação das sanções de advertência, multa e impedimento de licitar e contratar, contado da data da intimação, o qual será dirigido à autoridade que tiver proferido a decisão recorrida, que, se não a reconsiderar no prazo de 5 (cinco) dias úteis, encaminhará o recurso com sua motivação à autoridade

superior, que deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do recebimento dos autos.

19.14. 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.

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

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

20. DOS ESCLARECIMENTOS E DA IMPUGNAÇÃO AO EDITAL

20.1. Qualquer pessoa é parte legítima para impugnar o Edital ou solicitar esclarecimentos, devendo protocolar o pedido no **prazo de até 3 (três) dias úteis** antes da data da abertura do certame.

20.2. A resposta à impugnação ou ao pedido de esclarecimento será divulgado em sítio eletrônico oficial: www.salto.sp.gov.br – Publicações Oficiais – Licitação e Diário Oficial Eletrônico do Município, no **prazo de até 3 (três) dias úteis**, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame.

20.3. A impugnação ao edital e o pedido de esclarecimento poderá ser realizados via e-mail: licitacao@salto.sp.gov.br.

20.4. Acolhida à petição contra o ato convocatório, em despacho fundamentado, será designada nova data para a realização deste certame.

21. DOS RECURSOS

21.1. A interposição de recurso referente ao julgamento das propostas, à habilitação ou inabilitação de licitantes, à anulação ou revogação da licitação, observará o disposto no art. 165 da Lei nº 14.133, de 2021.

21.2. Proferida a decisão que declarar o vencedor, a Comissão de Contratação informará aos licitantes, por meio de e-mail e publicação, que poderão interpor recurso, imediata e motivadamente, presencial ou através do e-mail: licitacao@salto.sp.gov.br

21.3. O prazo para apresentação das razões recursais é **de 3 (três) dias úteis**, contados da data da publicação ou da lavratura da ata. A interposição do recurso será comunicada aos demais licitantes, os quais poderão apresentar contrarrazões em igual prazo, **ou seja 03(três) dias úteis**, contado da data de intimação, sendo assegurada a vista imediata dos elementos indispensáveis à defesa de seus interesses.

21.3.1. Caso haja interesse de vistas ao processo de licitação, o que lhe é assegurado, o interessado poderá solicitar via e-mail: licitacao@salto.sp.gov.br, que, se possível, será

fornecido também pelo e-mail, porém em caso de grande volume deverá o interessado tomar vistas presencial do processo, solicitando cópias, se o caso.

21.4. O recurso será dirigido à autoridade que tiver editado o ato ou proferido a decisão recorrida, a qual poderá reconsiderar sua decisão no prazo **de 3 (três) dias úteis**, ou, nesse mesmo prazo, encaminhar recurso para a autoridade superior, Sra. Secretária de Comunicação e Turismo, a qual deverá proferir sua decisão no **prazo de 10 (dez) dias úteis**, contados do recebimento dos autos.

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

21.6. Uma vez decidido os recursos administrativos eventualmente interpostos e, constatada a regularidade dos atos praticados, a autoridade competente, Sra. Secretária de Comunicação e Turismo, no interesse público, adjudicará o objeto do certame à licitante vencedora e homologará o procedimento licitatório.

22. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

22.1. A presente licitação não obriga necessariamente em contratação, podendo a Prefeitura da Estância Turística de Salto, revogá-la ou anulá-la, no todo ou em parte, por razões de interesse público, derivadas de fato superveniente, ou anulá-la por ilegalidade, de ofício ou por provocação, mediante ato escrito e fundamentado, disponibilizado para conhecimento das LICITANTES participantes desta licitação.

22.2. A LICITANTE é responsável pela fidelidade e legitimidade das informações prestadas e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação. A falsidade de qualquer documento apresentado ou a não veracidade das informações nele contidas implicará a imediata desclassificação da licitante que o tiver apresentado, ou, caso tenha sido a vencedora, a rescisão do contrato, sem prejuízo das demais sanções cabíveis.

22.3. É facultado à Subcomissão Técnica e a Comissão de Contratação em qualquer fase da licitação, promover diligências com vistas a esclarecer ou a complementar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documentos. Neste caso, ficarão suspensos todos os prazos eventualmente em curso, até o término efetivo das diligências promovidas.

22.3.1. Nesse caso, a Comissão de Contratação ou autoridade competente deverão adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto a autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do INVÓLUCRO Nº 2.

22.4. As LICITANTES intimadas na forma do item 21.3 deverão prestar os devidos esclarecimentos adicionais, por escrito, no prazo determinado pela Comissão de Contratação ou Subcomissão Técnica, sob pena de inabilitação/desclassificação.

22.5. Todas as decisões deste Edital, assim como os compromissos assumidos pela AGÊNCIA vencedora, em sua proposta e seus respectivos anexos farão parte do contrato, independentemente de transcrição.

22.6. Todas as decisões referentes a este processo licitatório serão comunicadas às LICITANTES mediante intimação, a qual poderá se dar nas próprias reuniões se presentes representantes de todas as licitantes ou por qualquer meio de comunicação, e-mail, ou, ainda, mediante publicação na Imprensa Oficial do Município e/ou na Imprensa Oficial do Estado de São Paulo.

22.7. Integrarão o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas no Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pela LICITANTE vencedora que tenham servido de base para o julgamento das Propostas Técnicas e a Proposta de Preços.

22.8. As LICITANTES interessadas se obrigam a manter, durante todo o processo, inclusive durante a execução do contrato, as condições de qualificação técnica e habilitação exigidas nesta Concorrência.

22.9. Até a assinatura do contrato, a LICITANTE vencedora poderá ser desclassificada caso envolvam-se em atos ou fatos desabonadores noticiados, independentemente de solicitação.

22.10. Se ocorrer à desclassificação de LICITANTE vencedora por fatos referidos no item precedente, a Prefeitura da Estância Turística de Salto, poderá convocar as LICITANTES remanescentes, por ordem de classificação, ou revogar esta Concorrência.

22.11. Os casos não previstos neste Edital serão decididos pela Subcomissão Técnica e pela **Comissão de Contratação, conforme o caso.**

22.12. As LICITANTES assumem todos os custos de preparação e apresentação de sua proposta e a Prefeitura não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

22.13. Não havendo expediente na Prefeitura da Estância Turística de Salto, ou ocorrendo qualquer fato superveniente que impeça a realização do certame na data marcada, a sessão será automaticamente transferida para o primeiro dia útil subsequente, no horário e local aqui estabelecidos, desde que não haja comunicação da Comissão de Contratação em contrário.

22.14. Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital e seus Anexos, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento. Só se iniciam e vencem os prazos em dias úteis de expediente na Administração, de segunda a sexta-feira.

22.15. O Edital e seus anexos estão disponíveis, na íntegra, no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP) e no endereço eletrônico www.salto.sp.gov.br – Publicações Oficiais - Licitação.

22.16. O aviso da licitação e o resultado do certame será publicado na Imprensa Oficial do Estado, Imprensa Oficial Eletrônica do Município, Jornal “Folha de São Paulo” de grande circulação, no quadro de Aviso de Licitações, localizado no prédio “16 de junho” do Paço Municipal, e disponibilizado o edital e anexos, na íntegra, no site da Prefeitura: www.salto.sp.gov.br-Licitação.

22.17. Integram este Edital e Minuta Contratual, para todos os fins e efeitos, os seguintes anexos:

Anexo I - Termo de Referência;

Anexo II – Briefing

Anexo III – Orientação para Elaboração de Proposta;

Anexo IV - Modelo de Proposta de Preços;

Anexo V – Lista de Ações

Anexo VI- Modelo de Termo de Credenciamento

Anexo VII - Minuta de Termo de Contrato (com todas as condições e exigências específicas do fornecimento)

Anexo VIII – Termo de Ciência e de Notificação (Contratos)

22.19. Para todas as questões porventura suscitadas e que não sejam resolvidas por via administrativa, o Foro competente será o da Comarca de Salto.

Salto, 13 de março de 2026.

Iara Gonzaga Bortoluci
Secretária de Comunicação e Turismo

ANEXO I TERMO DE REFERÊNCIA

DO OBJETO: Contratação de agência de publicidade e propaganda para a prestação de serviços de publicidade a serem prestados necessariamente por intermédio de agência, a serem realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei nº12.232, de 29.04.10, mediante a aplicação, de forma complementar das Leis nº4.680 de 18.06.65, e nº14.133 de 01/04/2021. Aplicam-se, se também a esta concorrência, o Decreto nº57.690, de 01.02.66, o Decreto nº4.563, de 31.12.02 Normas Padrão para prestação de serviços de comunicação pelas licitantes de Propaganda e Veículos de Comunicação e suas Recíprocas Relações vigentes, Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e suas alterações e demais normas e regulamentos correlatos.

1.1 Os serviços previstos objeto desta Licitação contemplam:

a) Estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, bem como a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios na divulgação;

b) Planejamento e 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 difundidos os materiais e ações publicitárias, ou sobre os resultados das campanhas realizadas;

c) Produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados, com a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

d) Pesquisas e outros instrumentos de avaliação, com a finalidade de:

I. Aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens.

II. Possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas e peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.2 A agência atuará por ordem e conta da contratante, em conformidade com o art.3º da Lei nº4.680/65, na contratação de:

a) Fornecedores de serviços de produção especializados ou não, necessários para a execução técnica das peças, campanhas, materiais e demais serviços conexos previstos.

b) Veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários, sem qualquer restrição de mídia.

1.3 Não se incluem dentre os serviços contratados quaisquer outras atividades não previstas no presente instrumento, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relação pública ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos.

1.4 De acordo com o artigo 37§ 1º da Constituição Federal, “a publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizam promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos”.

1.5 A presente contratação restringe-se exclusivamente à prestação de serviços de publicidade e propaganda, nos termos da Lei nº 12.232/2010, vinculados à concepção, criação, planejamento, produção e veiculação de campanhas publicitárias de caráter informativo, educativo ou de orientação social.

Fica expressamente vedada a execução de serviços estranhos ao conceito legal de publicidade, tais como:

- I – organização, promoção ou apoio logístico a eventos;
- II – assessoria de imprensa ou produção de conteúdo jornalístico;
- III – atividades de cerimonial ou protocolo;
- IV – marketing político-partidário;
- V – qualquer forma de promoção pessoal de autoridades ou agentes públicos. A eventual produção de materiais de apoio às campanhas publicitárias somente será admitida quando vinculada diretamente a ação publicitária formalmente autorizada por ordem de serviço específica.

2. JUSTIFICATIVA

2.1 Trata-se da contratação de empresa especializada para estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, distribuição e avaliação de campanhas e peças publicitárias e de relacionamento com o público externo e interno e ainda produção e execução técnica das peças e projetos criados, com vistas ao atendimento do princípio constitucional da Publicidade previsto no art. 37, caput, da CF/1988, que assegura a todos o acesso à informação.

2.2 A Prefeitura da Estância Turística de Salto, é fonte, por sua natureza e função, de informações que interessam a todos os munícipes, portanto é legítima a publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas da administração e entidades a ela vinculadas, desde que tenha caráter informativo, educativo ou de orientação social e que dela não constem nomes, símbolos ou imagens que possam caracterizar promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

2.3 Todas as ações devem estar vinculadas a campanhas publicitárias, sendo vedada qualquer tipo de promoção pessoal.

3. DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

3.1 A estimativa para contratação é de R\$1.500.000,00 (Um milhão e quinhentos mil reais), valor esse previsto como necessário para a produção, veiculação e criação dos trabalhos de divulgação das ações institucionais, enfim todas as ações conduzidas pela Instituição em prol da comunidade.

3.2 Prefeitura da Estância Turística de Salto reserva-se ao direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade da verba acima prevista, sendo que a não utilização dos recursos previstos não gera qualquer direito à futura Contratada, seja de que natureza for, inclusive indenizatória.

Iara Gonzaga Bortoluci
Secretária de Comunicação e Turismo

ANEXO II BRIEFING

INTRODUÇÃO

Este *briefing* constitui-se em uma peça informativa de suporte para a elaboração da proposta técnica a ser apresentada pelas empresas interessadas na presente licitação.

CARACTERIZAÇÃO

1 – Aspectos Históricos do município de Salto

A região onde se insere a cidade de Salto está entre as primeiras no processo de penetração do território, desde a segunda, metade do século XVI. Registros históricos dão conta da presença de uma aldeia dos índios guaianás ou guaianazes, do tronco Tupi-Guarani, nas imediações da cachoeira, à qual chamavam Ytu Guaçu, Salto Grande em língua nativa. Esses índios, assim como outros das margens do Tietê, foram repelidos ou aprisionados nas investidas das primeiras bandeiras paulistas, que os levaram para abastecer de mão-de-obra as roças nas vilas do planalto.

O rio Tietê foi, desde o início, indicador natural de caminhos para exploradores, missionários e autoridades coloniais. A cachoeira, hoje cercada pelo centro da cidade de Salto, aparece em mapa primitivo do governador espanhol Luís de Céspedes Xeria, nos primeiros anos do século XVIII. Também ao seu redor a grande bandeira de Nicolau Barreto em 1601, aldeou grande número de indígenas cativos. E foi a uma légua do salto que Domingos Fernandes e seu genro, Cristóvão Diniz, saídos de Santana de Parnaíba, fundaram o povoado de Nossa Senhora da Candelária do Ytu Guaçu, a atual cidade de Itu, em 1610.

Já no final do século XVII, o atual território de Salto era uma propriedade particular, o Sítio Cachoeira, parte da sesmaria da Capitania de São Vicente, adquirido pelo capitão Antônio Vieira Tavares (sobrinho do bandeirante Raposo Tavares) e de sua mulher, Maria Leite. O capitão obteve permissão para construir e mandar benzer uma capela em seu sítio, que o livrasse de ir a Itu assistir missa. A bênção do templo e a primeira celebração deram-se em 16 de junho de 1698, data que é considerada como a de fundação da cidade de Salto. Por disposição testamentária, no ano de 1700, o casal fez a doação de suas terras, escravos e índios à Capela de Nossa Senhora do Monte Serrat. A localidade, com poucas casas e lavoura circundante, permaneceria por bom tempo na condição de bairro rural da vila de Itu.

Com o descobrimento de ouro em Cuiabá, no início do século XVIII, a região ituana funcionou como trampolim para aquelas regiões interiores da colônia. Nos seus arredores eram organizadas as monções, expedições fluviais que abasteciam de víveres as minas, levavam e traziam homens e garantia m o fluxo do ouro. Parte dos capitais gerados com a atividade mineradora foi aplicada na compra de terras, escravos negros, plantio de vastos canaviais e montagem de engenhos, a partir de meados do século XVIII. O povoado de Salto de Ytu, como então se chamava, passou a integrar o quadrilátero do açúcar (delimitado por Mogi-Guaçu, Jundiáí, Sorocaba e Piracicaba), a mais rica região produtora daquele produto em São Paulo, situação que se estendeu pela primeira metade do século XIX. Nesta altura, havia mais de quatrocentos engenhos de açúcar e aguardente em São Paulo, cem dos quais na região ituana.

Foi o capital acumulado com a lavoura da cana-de-açúcar e, em menor escala, do café e do algodão, que propiciou o despertar do lugarejo, na segunda metade do século XIX. A posição geográfica privilegiada, junto à queda d'água, foi fator decisivo para os primeiros investimentos fabris, assim como a chegada da ferrovia, com a instalação dos trilhos da Companhia Ituana de Estrada de Ferro, em 1873. Nesse mesmo ano, o empresário José Galvão da França Pacheco Júnior inaugurou a primeira fábrica de tecidos na margem direita

do Tietê, batizando-a de Júpiter. Pouco depois, em 1882, o dr. Francisco Fernando de Barros Júnior, político republicano cognominado Pai dos Saltenses, inaugurou a sua tecelagem, à qual deu o nome de Fortuna, poucos metros mais abaixo daquela pioneira. Em 1885, seria a vez da Fábrica de Meias de José P. Tibiriçá, e, em 1887, a Fábrica de Tecidos Monte Serrat, de Octaviano Pereira Mendes. Ainda no último ano da monarquia 1889, inaugurava-se na margem oposta do rio a primeira fábrica de papel da América Latina, de Melchert & Cia.

A esse despertar industrial correspondeu o aporte de trabalhadores europeus, desviados em parte da lavoura do café e de outros produtos. No caso saltense, foram sobretudo italianos, atraídos em grande número pelas tecelagens, mas fixando-se também em pequenas propriedades rurais e no comércio miúdo pela cidade. Mesmo capital italiano se fez presente, já que duas fábricas pioneiras acabaram se aglutinando numa unidade maior e transferindo-se para a propriedade de europeus, através da Società per l'Esportazione e per l'Industria Italo-Americana. Pouco depois, em 1919, esta daria lugar à Brasital, indústria que marcou a vida da comunidade por décadas, como maior empregadora e responsável pelo surgimento de vilas operárias e de todo um modo de vida, com profundas raízes na cultura local.

No campo político, a chegada da República coincidiu com a separação do município de Itu. Passando a cidade a ter autonomia administrativa. O nome foi simplificado para Salto já em 1917.

A entrada do século XX trouxe mais indústrias e benefícios como a iluminação elétrica, os serviços de água e esgoto, telefone, o primeiro grupo escolar, bandas de música e a segunda usina hidrelétrica instalada no rio Tietê, a de Lavras construída a partir de 1904. Pelos anos seguintes, a cidade, dada a concentração de indústrias, passa a merecer o apelido de Pequena Manchester Paulista, em referência ao centro industrial britânico.

Um segundo surto industrial verificou-se na década de 1950, quando isenções de impostos atraíram empresas de porte considerável para a época, como a Eucatex, Emas, Picchi e Sivat, que juntas chegaram a oferecer mais de 3.500 empregos, firmando de vez o perfil industrial da cidade. Esse caminho teve seguimento já nos anos 1970, com a criação de distritos industriais e novos incentivos à vinda de indústrias. Cerca de vinte unidades se instalaram no município, justificando a chegada de grandes contingentes de migrantes provenientes de vários estados da Federação, com destaque para os paranaenses. O surgimento de novos bairros, em ritmo acelerado, alterou a paisagem e, em grande parte, o ritmo de vida e as características sócio-culturais da cidade.

Ao entrar no século XXI, Salto conta com mais de 98% de sua população (de aproximadamente 103 mil habitantes) na zona urbana. Embora boa parte dos empregos esteja nos setores de serviços e comércio, a cidade não perdeu sua característica industrial, concentrando dezenas de empresas nos seus distritos industriais, espalhados no pequeno território de 160 km². Existem na cidade importantes empresas de vários segmentos, como o metalúrgico, o automotivo, de mineração, cerâmico, químico, têxtil, de papel, moveleiro, etc, mas também se transformou em Estância Turística pela Lei Estadual 10.360 de 02 de Setembro de 1999.

Dois centros universitários atraem estudantes de mais de cinquenta cidades. Além disso, um claro perfil turístico – já explorado superficialmente no passado – passa a merecer atenção crescente, com a instalação de três parques municipais, que se somam a outros atrativos, como a cachoeira, o Monumento à Padroeira, museu, concha acústica e jardins.

II. Campanha de combate à dengue (Briefing)

Há alguns anos, a cidade de Salto, assim como vários outros municípios do estado de São Paulo, sofrem com os altos índices de casos de dengue. Sendo assim, torna-se essencial a organização e a ampla divulgação de uma campanha de combate à dengue em toda a cidade.

Durante todo o ano, os técnicos que trabalham no Departamento de Zoonoses da Secretaria de Saúde realizam as visitas de casa em casa, porém nos períodos de maior incidência da doença, essas visitas são intensificadas. É fundamental orientar e conscientizar a população para que permita com que os técnicos entrem nas residências, sempre orientando sobre a importância de todos estarem devidamente uniformizados e identificados.

Além de mostrar os principais sintomas da doença, é necessário orientar sobre as primeiras ações, remédios que devem ser evitados e demais dicas essenciais.

Diante dos números altos de casos identificados na cidade e da maior procura pelas redes básicas de saúde, é aconselhado criar informativos específicos para estes espaços, que colaborem para a organização e melhor funcionamento, tanto para pacientes quanto para os funcionários.

É importante destacar que essa luta deve ser em conjunto, com os investimentos do poder público, mas também com a importante participação da população.

Para finalizar, é preciso realizar também a campanha de vacinação contra a dengue, que ocorre nos postos de saúde e criar um Dia D em um horário ou dia alternativo para atrair maior público.

OBJETIVOS DA COMUNICAÇÃO

Necessidade: Campanha pública de combate à dengue com caráter informativo. Objetivo: orientar a população sobre cuidados essenciais, procedimentos necessários em caso de diagnóstico da doença e campanhas de prevenção.

Tema: para uma campanha publicitária seria utilizado o tema sobre combate a dengue em Salto.

Prazo: 30 dias de campanha.

Limite de peças: Esta campanha deverá ser criada com peças para os meios de comunicação, limitada a 08 peças.

Iara Gonzaga Bortoluci
Secretária de Comunicação e Turismo

ANEXO III

ORIENTAÇÃO PARA ELABORAÇÃO DE PROPOSTA TÉCNICA

PROPOSTA TÉCNICA

A Proposta Técnica consistirá em quatro quesitos: Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problema de Comunicação. As orientações para a elaboração da Proposta Técnica estão descritas a seguir:

Plano de Comunicação Publicitária

- 1.1. As LICITANTES apresentarão Plano de Comunicação Publicitária elaborada com base no briefing constante do Anexo III.
- 1.2. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser elaborado em 2 (duas) vias – NÃO IDENTIFICADA e IDENTIFICADA – que deverão ser enviadas separadamente.
- 1.3. A Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria.
- 1.4. A Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária – sem os exemplos de peças e/ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da Via Não Identificada, com a identificação da LICITANTE, e ser datada e assinada na última página e rubricada nas demais, pelo representante legal da LICITANTE.
- 1.5. **O Plano de Comunicação Publicitária** (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia e Não Mídia), deverá ser:
 - a) redigido em língua portuguesa;
 - b) elaborado em papel A4 branco com gramatura entre 75 e 90g/m², orientação retrato;
 - c) com espaçamento de 2 cm nas quatro margens, a partir da borda;
 - d) com espaçamento entre as linhas simples;
 - e) texto em fonte Arial 12, estilo “normal”, na cor preta;
 - f) textos justificados;
 - g) sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
 - h) com todas as páginas numeradas sequencialmente em fonte Arial

- i) estilo “normal”, em algarismos arábicos no canto inferior direito da página, a partir da primeira página interna;
 - j) em caderno único, com espiral preto colocado à esquerda;
 - k) - capa e contracapa em papel A4 branco, com gramatura entre 75 e 90g/m²;
 - l) - sem identificação da licitante.
- m) - A Prefeitura de Salto conta com recursos próprios de comunicação, sendo eles: 4 outdoors próprios, nas medidas 9x3m, além de site (<https://salto.sp.gov.br/>), Instagram (@prefeituradesalto), Facebook (@PrefeituradeSalto) e conta no Youtube (@PrefeituradeSalto2021).

O Plano de Comunicação Publicitária deverá atender ao estabelecido a seguir:

Raciocínio Básico – (Nota máxima do quesito: 10 (dez):

Texto em até 03 (três) páginas, em que a Licitante demonstrará seu entendimento sobre as informações apresentadas no Briefing, apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação da Prefeitura da Estância Turística de Salto, a compreensão sobre as informações constantes do Briefing e os desafios de comunicação a serem enfrentados.

Estratégia de Comunicação Publicitária: - (Nota máxima do quesito: 10 (Dez): Texto em até 03 (três) páginas, em que a Licitante apresentará e defenderá o partido temático que, de acordo com o seu raciocínio básico, deve fundamentar a proposta de solução do problema geral e dos problemas específicos de comunicação consignado no Briefing, além de explicitar e defender os principais pontos da estratégia de comunicação sugerida para a solução do problema e dos objetivos de comunicação e marketing, especialmente o que dizer a quem dizer como dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar.

Observação: Os quesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráfico e/ou tabela, com a utilização de tons de cinza, com fonte Arial tamanho 10.

Ideia Criativa: - (Nota máxima do quesito: 15 (Quinze):

- a) A Ideia Criativa deve constituir uma proposta de solução do problema específico de comunicação descrito no respectivo “Briefing”;
- b) Como parte do quesito Ideia Criativa, a licitante apresentará campanha publicitária com exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação da Prefeitura da Estância Turística de Salto e demonstrem sua harmonia com a redução de mensagem de que trata a alínea anterior.

b.1.) Os exemplos de peças poderão ser apresentados sob a forma de roteiro, layout e storyboard impressos para qualquer peça, e de “monstro”, exclusivamente para rádio e Internet (arquivo flash e/ou HTML), admitindo-se dobras se necessários;

b.2) Só serão admitidos exemplos acabados de peças de não mídia. Os exemplos de peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, limitados a 05 (cinco) peças;

b.3) As peças que integram o “Plano de Comunicação” deverão constar apenas no arquivo

- *Plano de Comunicação – Via não Identificada*, sem qualquer identificação de sua autoria quanto às informações de que tratam, até da abertura do correspondente envelope.

Estratégia de Mídia e Não Mídia: - (Nota máxima do quesito: 10 (dez):

a) Texto com até 03 (três) páginas (sem contar as artes, tabelas e gráficos) em que, de acordo com as informações do Briefing, a licitante demonstrará capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha com base na verba estipulada, considerando todos os custos com a Agência;

b) Simulação de plano de distribuição das peças da campanha publicitária mencionada na alínea “b” do quesito Ideia Criativa, acompanhada de texto de até 02 (duas) páginas, com a explicitação das propostas adotadas, valores de produção e de veiculação e mais suas justificativas;

b.1) A proponente poderá se valer de tabelas, gráficos, planilhas e quadro resumo para identificar o período de veiculação; as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação e não mídia;

b.2) As tabelas, gráficos e planilhas do quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia, poderão ser elaboradas com fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;

b.3.) Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação.

Capacidade de Atendimento: - (Nota máxima: 10 (dez):

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

a) relação nominal de no mínimo 03 (três) principais clientes atendidos pela LICITANTE com a especificação do período de atendimento de cada um deles;

b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido com, no mínimo, nome, formação e experiência dos profissionais que serão colocados à disposição para a execução dos serviços da Prefeitura da Estância Turística de Salto, caso a licitante venha a ser contratada, discriminando as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio e TV, produção gráfica, mídia e atendimento;

c) a sistemática de atendimento, discriminando as obrigações a serem cumpridas na execução dos serviços, inclusive prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de campanha, materiais publicitários impressos, peças de oportunidade e na elaboração de plano de mídia;

d) as informações de marketing e comunicação, as pesquisas de audiência e a auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Prefeitura da Estância Turística de Salto, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

e) não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento;

f) os documentos e informações que compõem o caderno específico mencionado deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4 ou A3 dobrado, com ou sem o uso de cores, em fonte 'Arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.

Repertório: - (Nota Máxima: 10 (dez):

O Repertório da licitante deverá ser constituída por caderno específico, constituído de um conjunto de peças e ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante, preferencialmente nos últimos 3 (três) anos, sob a forma de peças e respectivas memórias técnicas, nas quais se incluirá indicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver, agrupados em caderno específico.

a) Poderão ser apresentadas até 5 (cinco) peças, independentemente do meio divulgação, do tipo ou característica da peça, todas veiculadas ou expostas;

b) Cada peça deverá conter ficha técnica com a identificação da Licitante, título, data de produção, período de veiculação e menção do veículo que a divulgou;

b.1.) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas);

b.2.) se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.

c) Os vídeos poderão ser fornecidos em pen drive, assim como os spots e/ou jingles e as peças de internet que deverão ser encaminhadas em alguma opção de simulador de internet; as peças gráficas em proporções reduzidas que preservem suas dimensões originais e sua leitura, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos).

d) As peças apresentadas **NÃO** podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela Prefeitura da Estância Turística de Salto.

e) Formatação na orientação retrato em fonte 'Arial' tamanho '12 pontos', com ou sem o uso de cores, em folhas numeradas sequencialmente, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos;

f) Edição em papel A4 ou A3, preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação das dimensões originais das peças neles contidas.

Relatos de soluções de problema de comunicação: – (Nota máxima: 5 (cinco):

O Relatos de soluções de problema de comunicação da licitante deverá ser constituída por caderno específico, contendo:

a) Deverão ser apresentados até 3 (três) "*cases stories*", sob a forma de texto com até 3 (três) páginas em formato A4 cada um, com o descritivo dos problemas enfrentados, das soluções encontradas e dos resultados alcançados, permitindo-se a inclusão de até 3 peças por case. No caso de peças eletrônicas e/ou os *spots* e/ou *jingles* deverão ser fornecidos em pen drive e as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura;

b) Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Prefeitura da Estância Turística de Salto seja ou tenha sido signatária.

c) A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, mediante a rubrica do autor do referendo em todas as suas páginas e na última página do relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário acompanhada do seu nome e cargo ou função;

- d)** Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 3 (três) peças e/ou material tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:
- d.1)** as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos);
- d.2)** as peças gráficas poderão integrar o caderno específico, ou ser apresentadas separadamente (soltas), preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais;
- d.3.)** se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.
- e)** Os documentos e informações que compõem o caderno específico deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4, com ou sem o uso de cores, em fonte 'Arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.
- f)** Qualquer página com os documentos e informações do caderno específico poderá ser editada em papel A3 dobrado, caso em que, para fins do limite previsto na letra "a" desta cláusula será computado como duas páginas de papel A4.

Iara Gonzaga Bortoluci
Secretária de Comunicação e Turismo

ANEXO IV
MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO

À
Prefeitura da Estância Turística de Salto Comissão de Contratação
Salto-SP

Prezados Senhores,
Ref.: - Concorrência nº 02 / 2026 – Processo Administrativo nº ...3349/2025

A Empresa (Razão Social da Empresa), com sede (endereço completo da licitante), inscrita no CNPJ/MF sob n. _____ e com Inscrição Estadual n. _____, Insc. Mun. _____, neste ato representada por (nome do representante da empresa), (cargo de ocupa ou procurador) da empresa, portador(a) da carteira de identidade RG n. _____, e inscrito no CPF sob n. _____, apresenta sua proposta de preços para os serviços descritos no Edital da Concorrência nº ____/2025, durante a vigência do respectivo contrato:

1) O percentual de desconto a ser concedido a Contratante sobre os custos internos da agência, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO/SP é de ____% (_____ por cento);

2) O percentual de desconto a ser concedido a Contratante sobre o desconto padrão de Agência, referente ao abatimento concedido com exclusividade pelo veículo de comunicação a agência a títulos de remuneração pela criação/produção de conteúdo e intermediação técnica entre aquele e o anunciante é de 20% (vinte por cento).

3) O percentual de desconto a ser concedido a Contratante sobre os honorários de acompanhamento de produção sobre os serviços e suprimentos externos contratados com fornecedores terceiros para execução dos trabalhos sob supervisão da agência, fixados em 15% (quinze por cento) incidente sobre os custos dos serviços de fornecedores e terceiros, conforme estabelecido nos itens 3.6.1 das Normas-Padrão DA Atividade Publicitária – CENP.

4) A licitante DECLARA:

a. Que os honorários sobre serviços especiais serão apurados com base no valor de mercado;

b. Que aceita todas as condições deste Edital sem restrições de qualquer natureza e de que a vencedora da licitação executará os serviços de acordo com as normas e especificações no CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão.

c. Que a propriedade literária e os direitos autorais correspondentes às campanhas a serem realizadas, serão cedidos a Prefeitura da Estância Turística de Salto, para deles utilizar-se da forma que lhe aprover, em decorrência do Contrato que vier a ser firmado, sem qualquer ônus ou remuneração adicional;

- d. _____ Que sempre negociará as melhores condições de preço.
- e. _____ Que transferirá a Contratante toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços ou condições de pagamento junto a veículos e a fornecedores;
- 5) Prazo de validade da proposta: _____ (_____) dias consecutivos, contados da data de sua apresentação.
- 6) Dados bancários da Licitante: Banco; Agência; Conta nº:
- 7) Responsável pela assinatura do contrato: (Nome), (CPF/MF), (RG), (nacionalidade), (profissão), (estado civil), (endereço residencial completo).
- 8) A proponente conhece e aceita os termos do instrumento convocatório que rege a presente licitação bem como a minuta de contrato que o integra.
- 9) Desde já declaramo-nos ciente de que a Prefeitura da Estância Turística de Salto, procederá à retenção de imposto nas hipóteses previstas em lei.
- _____, _____ de _____ de 2025.
(Assinatura) Nome Cargo

ANEXO V - LISTA DE AÇÕES

SAÚDE:
AÇÕES DE COMUNICAÇÃO
Fevereiro
<u>1-Carnaval:</u>
Criação da Arte (logo, banners, cartazes e anúncios)
Cartazes – Campanhas de Teste de Sífilis HIV e Hepatite B – 50 Unidades
Spot de Rádio
Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
Março
<u>1 – Dia Internacional da Mulher:</u>
Criação da Arte (logo, banners, cartazes e anúncios)
Cartazes – Campanhas de Conscientização sobre Doenças – 50 Unidades
Spot de Rádio
Publicação no Jornal de Circulação na Cidade – 01 Unidade
Abril
<u>1 – Campanha de Vacinação:</u>
Criação da Arte (logo, banners, cartazes e anúncios)
Vídeo – Evento
Cartazes – Campanhas de Conscientização sobre Doenças – 50 Unidades
Spot de Rádio – 01 Unidade
Publicação no Jornal de Circulação da Cidade – 01 Unidade
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
Mai
<u>1 – Dia da Enfermagem:</u>
Brindes e Cartões – Equipe da Secretaria – 160 Unidades
- Conferência Municipal da Saúde
Criação da Arte (logo, banners, cartazes e anúncios)
Banners – Dia do Evento – 02 Unidades
Cartazes – Divulgação do Evento – 50 Unidades
Folders – Divulgação do Evento – 500 Unidades
<u>2 – Dia Mundial Sem Tabaco:</u>
Criação da Arte (logo, banners, cartazes e anúncios)
Banners – Dia do Evento – 01 Unidade
Cartazes – Divulgação do Evento – 50 Unidades

Spot de Rádio – 01 Unidade
Publicação no Jornal de Circulação da Cidade – 01 Unidade
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
Agosto
<u>1 – Semana de Amamentação:</u>
Camisetas da Campanha – 160 Unidades
Criação da Arte (logo, banners, cartazes e anúncios)
Cartazes – Divulgação do Evento – 50 Unidades
Spot de Rádio – 01 Unidade
Publicação no Jornal de Circulação da Cidade – 01 Unidade
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
<u>2 – Campanhas de Vacinação:</u>
Criação da Arte (logo, banners, cartazes e anúncios)
Cartazes – Campanhas de Conscientização sobre Doenças – 50 Unidades
Spot de Rádio – 01 Unidade
Vídeo – Evento
Publicação no Jornal de Circulação da Cidade – 01 Unidade
Impulsionamento na Página da Prefeitura no Facebook
Setembro
<u>1 – Dia Internacional do Idoso:</u>
Criação da Arte (logo, banners, cartazes e anúncios)
Banner – Evento – 01 Unidade
Cartazes – Divulgação do Evento – 50 Unidades
Spot de Rádio – 01 Unidade
Publicação no Jornal de Circulação da Cidade – 01 Unidade
Outubro
<u>1 – Outubro Rosa:</u>
Criação da Arte (logo, banners, cartazes e anúncios)
Cartazes – Divulgação do Evento – 50 Unidades
Vídeo – Evento
Spot de Rádio – 01 Unidade
Publicação no Jornal de Circulação da Cidade – 01 Unidade
Impulsionamento na Página da Prefeitura no Facebook
<u>2 – Dia do Médico:</u>
Brindes e Cartões – Equipe da Secretaria – 121 Unidades
Cartazes – Divulgação do Evento – 50 Unidades

Spot de Rádio – 01 Unidade
Publicação no Jornal de Circulação da Cidade – 01 Unidade
Impulsioneamento na Página da Prefeitura no Facebook
<u>3 – Combate à Dengue:</u>
Criação da Arte (logo, banners, cartazes e anúncios)
Panfletos – 35 Mil Unidades
Propaganda na TV – 10 Unidades
Cartazes – Divulgação do Evento – 50 Unidades
Spot de Rádio – 01 Unidade
Publicação no Jornal de Circulação da Cidade – 01 Unidade
Impulsioneamento na Página da Prefeitura no Facebook
Dezembro
<u>1 – Dia Mundial da Luta contra o HIV</u>
Criação da Arte (logo, banners, cartazes e anúncios)
Cartazes – Divulgação do Evento – 50 Unidades
Spot de Rádio – 01 Unidade
Publicação no Jornal de Circulação da Cidade – 01 Unidade
Impulsioneamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>

EDUCAÇÃO
AÇÕES DE COMUNICAÇÃO
Janeiro
<u>1 – Projetos Unificados:</u>
Criação da Arte
Vídeo – Evento
Banners – 15 Unidades
<u>2 – Projeto de Alimentação Escolar:</u>
Criação da Arte
Vídeo – Evento
Banners – 15 Unidades
Spot de Rádio – 01 Unidade
Publicação no Jornal de Circulação da Cidade – 01 Unidade
<u>3 – Matrículas EJA:</u>
Criação da Arte
Vídeo – Evento
Banners – 15 Unidades
Spot de Rádio – 01 Unidade

Publicação no Jornal de Circulação da Cidade – 01 Unidade
<u>4 – Material Escolar:</u>
Criação da Arte
Vídeo – Evento
Banners – 15 Unidades
Spot de Rádio – 01 Unidade
Publicação no Jornal de Circulação da Cidade – 01 Unidade
<u>5 – Jornadas Pedagógicas:</u>
Criação da Arte
Vídeo – Evento
Banners – 15 Unidades
Folders – 2.000 Unidades
Junho
<u>1 – Mostra EJA:</u>
Criação da Arte
Vídeo – Evento
Banners – 15 Unidades
Spot de Rádio – 01 Unidade
Publicação no Jornal de Circulação da Cidade – 01 Unidade
<u>2 – Inter EJA:</u>
Criação da Arte
Vídeo – Evento
Banners – 15 Unidades
Spot de Rádio – 01 Unidade
Publicação no Jornal de Circulação da Cidade – 01 Unidade
Dezembro
<u>1 – Encerramento das Atividades:</u>
Criação da Arte
Vídeo – Evento
Banners – 15 Unidades
AÇÃO SOCIAL
AÇÕES DE COMUNICAÇÃO
Maio
<u>1 – Campanha Faça Bonito:</u>
Criação da Arte
Vídeo – Evento

Banners – 02 Unidades
Cartazes – 100 Unidades
Spot de Rádio – 01 Unidade
Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade
<u>2 – Campanha Contra a Violência ao Idoso:</u>
Criação da Arte
Banners – 01 Unidade
Faixa – 01 Unidade
Vídeo – Evento
Spot de Rádio – 01 Unidade
Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade
Junho
<u>1 – Campanha de Erradicação do Trabalho Infantil:</u>
Criação da Arte
Banners – 01 Unidade
Cartazes – 100 Unidades
Vídeo – Evento
Faixa – 01 Unidade
Spot de Rádio – 01 Unidade
Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade
Julho
<u>1 – Campanha Municipal de Assistência Social:</u>
Criação da Arte
Banners – 01 Unidade
Vídeo – Evento
Faixa – 01 Unidade
Spot de Rádio – 01 Unidade
Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade
Agosto
<u>1 – Conferência Unificada da Assistência Social:</u>
Criação da Arte
Banners – 04 Unidades
Faixa – 01 Unidade
Vídeo – Evento
Spot de Rádio – 01 Unidade
Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade

Folders (3 dobras) – 1000 Unidades
Certificados – 400 Unidades
Pastas e Crachás – 400 Unidades
Camisetas – 100 Unidades
Setembro
<u>1 – Semana da Juventude:</u>
Criação da Arte
Cartazes – 100 Unidades
Faixa – 01 Unidade
Vídeo – Evento
Spot de Rádio – 01 Unidade
Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade
<u>2 – Dia de Luta dos Direitos de Pessoa com Deficiência:</u>
Criação da Arte
Banners – 02 Unidades
Faixa – 01 Unidade
Vídeo – Evento
Spot de Rádio – 01 Unidade
Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade
Folders (3 dobras) – 1.000 Unidades
Cartazes – 200 Unidades
<u>3 – Semana da Pessoa Idosa:</u>
Criação da Arte
Cartazes – 200 Unidades
Vídeo – Evento
Faixa – 01 Unidade
Spot de Rádio – 01 Unidade
Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade
Novembro
<u>1 – Semana da Consciência Negra:</u>
Criação da Arte
Panfletos com Programação – 5.000 Unidades
Spot de Rádio – 01 Unidade
Cartazes – 200 Unidades
Vídeo – Evento
Faixa – 01 Unidade

Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade
GOVERNO
AÇÕES DE COMUNICAÇÃO
ATIVIDADES PERMANENTES
<u>1 – Site:</u>
Criação da Arte
Elaboração de Site
<u>2 – Feira de Adoção de Cães e Gatos (12 meses):</u>
Criação da Arte
Panfletos – 50.000 Unidades
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
Spot de Rádio – 01 Unidade
Banners – 02 Unidades
Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade
<u>3 – Educação no Trânsito</u>
Cartilhas Educativas (04 Páginas) – 50.000 Unidades
Folders Educativos – 30.000 Unidades
Faixas – 10 Unidades (3,00m x 1,00m)
Cartazes – 50 Unidades
Publicações nos 01 (um) Jornal de Circulação da Cidade
Spot de Rádio – 01 Unidade
Criação – Logotipo Projeto
Vídeo – Evento
CULTURA
AÇÕES DE COMUNICAÇÃO
ATIVIDADES PERMANENTES
Fevereiro
<u>1 – Carnaval:</u>
Criação da Arte
Filipetas – 70.000 Unidades
Panfletos – 35.000 Unidades
Inserções na TV – 10 Unidades
Vídeo – Evento
Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade
Spot de Rádio – 01 Unidade

Março
<u>1 – Prêmio de Música O Canto do Taperá:</u>
Criação de Arte
Inserções na TV – 03 Unidades
Spot de Rádio – 01 Unidade
Cartazes – 150 Unidades
Panfletos – 1.000 Unidades
Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade
Panfletos – 5.000 Unidades
Abril
<u>1 – Paixão de Cristo:</u>
Criação de Arte
Panfletos – 70.000 Unidades
Vídeo – Evento
Panfletos – 35.000 Unidades
Inserções na TV – 10 Unidades
Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade
Spot de Rádio – 01 Unidade
<u>2 – Prêmio Moutonnée de Poesia:</u>
Criação de Arte
Spot de Rádio – 01 Unidade
Cartazes – 150 Unidades
Panfletos – 5.000 Unidades
Livros Antologia Poética – 1.000 Unidades
Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade
Mai
<u>1 – Festival de Teatro de Salto:</u>
Criação de Arte
Cartazes – 100 Unidades
Spot de Rádio – 01 Unidade
Banners – 02 Unidades
<i>Backdrop</i> – 01 Unidade
Panfletos – 5.000 Unidades
Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade
<u>2 – Dia do Trabalho:</u>
Criação de Arte

Panfletos – 5.000 Unidades
Spot de Rádio – 01 Unidade
Cartazes – 100 Unidades
Faixa (3,00m x 1,00m) – 01 Unidade
Junho
<u>1 – Aniversário da Cidade:</u>
Criação de Arte
Inserções na TV – 20 Unidades
Panfletos – 35.000 Unidades
Vídeo – Evento
Spot de Rádio – 01 Unidade
Cartazes – 100 Unidades
Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade
Faixa (3,00m x 1,00m) – 02 Unidades
<u>2 – Festa Nipo-Brasileira:</u>
Criação de Arte
Spot de Rádio – 01 Unidade
Vídeo – Evento
Inserções na TV – 10 Unidades
Filipetas – 70.000 Unidades
Faixa (3,00m x 1,00m) – 02 Unidades
Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade
Setembro
<u>1 – Mostra Estudantil de Teatro:</u>
Criação de Arte
Faixa (3,00m x 1,00m) – 02 Unidades
Vídeo – Evento
Banners – 02 Unidades
Panfletos – 5.000 Unidades
<u>2 – Salto Fashion:</u>
Cartazes – 100 Unidades
Banners – 02 Unidades
Criação de Arte
Outubro
<u>1 – Encontro de Corais:</u>
Criação de Arte

Faixa (3,00m x 1,00m) – 02 Unidades
Banners – 02 Unidades
Folders – 1.000 Unidades
<u>2 – Semana Cultural Gospel (Dia do Evangélico):</u>
Criação de Arte
Faixa (3,00m x 1,00m) – 02 Unidades
Spot de Rádio – 01 Unidade
Panfletos – 5.000 Unidades
Novembro
<u>1 – Semana da Consciência Negra:</u>
Criação de Arte
Panfletos – 5.000 Unidades
Vídeo – Evento
Spot de Rádio – 01 Unidade
Cartazes – 50 Unidades
Faixa (3,00m x 1,00m) – 02 Unidades
Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade
<u>2 – Semana da Música:</u>
Panfletos – 5.000 Unidades
Criação de Arte
Spot de Rádio – 01 Unidade
Vídeo – Evento
Cartazes – 50 Unidades
Faixa (3,00m x 1,00m) – 02 Unidades
Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade
Dezembro
<u>1 – Festival do Conservatório:</u>
Criação de Arte
Cartazes – 100 Unidades
Panfletos – 5.000 Unidades
Vídeo – Evento
Banners – 02 Unidades
<u>2 – Natal na Praça:</u>
Inserção na TV – 01 Unidade
Criação de Arte
Panfletos – 35.000 Unidades

Vídeo – Evento
Spot de Rádio – 01 Unidade
Cartazes – 100 Unidades
<u>3 – Divulgação Permanente ou Esporádica:</u>
1 – Agenda Cultural
Criação de Logo
Criação das Artes Diversas Anuais
Agendas – 60.000 Unidades
2 – Editais de Cultura
Criação da Arte
Panfletos – 1.000 Unidades

MEIO AMBIENTE
AÇÕES DE COMUNICAÇÃO
Março
<u>1 – Dia da Água:</u>
Criação da Arte
Cartazes – 100 Unidades
Spot de Rádio – 01 Unidade
Vídeo – Evento
Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
Junho
<u>1 – Dia do Meio Ambiente:</u>
Criação da Arte
Banner – 01 Unidade
Faixa – 01 Unidade
Cartazes – 100 Unidades
Spot de Rádio – 01 Unidade
Vídeo – Evento
Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
Setembro
<u>1 – Dia da Árvore:</u>
Criação da Arte
Banner – 01 Unidade
Faixa – 01 Unidade

Cartazes – 100 Unidades
Spot de Rádio – 01 Unidade
Vídeo – Evento
Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade
Impulsioneamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
<u>2 – Dia do Rio Tietê:</u>
Vídeo – Evento
Criação da Arte
Cartazes – 100 Unidades
Spot de Rádio – 01 Unidade
Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade

DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, TRABALHO E TURISMO
AÇÕES DE COMUNICAÇÃO
Janeiro
<u>1 – Time do Emprego (Inscrições):</u>
Criação da Arte
Cartazes – 100 Unidades
Vídeo – Evento
Spot de Rádio – 01 Unidade
Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade
Impulsioneamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
<u>2 – Oficinas Telecentro (Inscrições):</u>
Criação da Arte
Banners – 05 Unidades
Spot de Rádio – 01 Unidade
Cartazes – 100 Unidades
Vídeo – Evento
Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade
Impulsioneamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
Março
<u>1 – Procon (Dia do Consumidor):</u>
Criação da Arte
Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade
Panfletos – 5.000 Unidades
Impulsioneamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
Vídeo – Evento

Spot de Rádio – 01 Unidade
Cartazes – 100 Unidades
<u>2 – Dia do Artesão:</u>
Criação da Arte
Banners – 05 Unidades
Spot de Rádio – 01 Unidade
Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade
Panfletos – 5.000 Unidades
Vídeo – Evento
Julho
<u>1 – Time do Emprego (Inscrições):</u>
Criação da Arte
Cartazes – 100 Unidades
Vídeo – Evento
Spot de Rádio – 01 Unidade
Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade
Impulsioneamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
<u>2 – Oficinas Telecentro (Inscrições):</u>
Criação da Arte
Banners – 05 Unidades
Spot de Rádio – 01 Unidade
Vídeo – Evento
Cartazes – 100 Unidades
Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade
Impulsioneamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
Setembro
<u>1 – Exposição de Orquídeas:</u>
Criação da Arte
Banners – 05 Unidades
Spot de Rádio – 01 Unidade
Vídeo – Evento
Cartazes – 100 Unidades
Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade
Impulsioneamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
Dezembro
<u>1 – Feira de Artesanato – Natal:</u>

Criação da Arte
Banners – 05 Unidades
Spot de Rádio – 01 Unidade
Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade
Panfletos – 5.000 Unidades
<u>2 – Banco do Povo (Mutirão do Crédito):</u>
Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade
Panfletos – 5.000 Unidades
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
Spot de Rádio – 01 Unidade
Vídeo – Evento
Cartazes – 100 Unidades
Banners – 05 Unidades
<u>3 – Mutirão do Emprego:</u>
Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade
Panfletos – 5.000 Unidades
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
Vídeo – Evento
Spot de Rádio – 01 Unidade
Cartazes – 100 Unidades
Banners – 05 Unidades
<u>4 – FICAT:</u>
Criação da Arte
Banners – 05 Unidades
Vídeo – Evento
Spot de Rádio – 01 Unidade
Cartazes – 100 Unidades
Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
Inserção na TV – 01 Unidade
<u>5 – Sala do Empreendedor:</u>
Vídeo – Evento
Criação da Arte
Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade
Panfletos – 5.000 Unidades
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>

Spot de Rádio – 01 Unidade
Cartazes – 100 Unidades
<u>6 – Camisetas:</u>
Monitores e Equipe de Apoio (Arte + Confeção) – 34 Unidades

FINANÇAS
AÇÕES DE COMUNICAÇÃO
Janeiro
<u>1 – Divulgação IPTU:</u>
Criação da Arte
Cartazes – 150 Unidades
Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
Spot de Rádio – 01 Unidade
Inserções na TV (3x por dia) – 01 Unidade
<u>2 – Plano Especial de Parcelamento:</u>
Criação da Arte
Cartazes – 150 Unidades
Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
Spot de Rádio – 01 Unidade
Inserções na TV (3x por dia) – 01 Unidade
<u>3 – Recadastramento de Isentos:</u>
Criação da Arte
Cartazes – 150 Unidades
Publicações nos 03 (três) Jornais de Circulação da Cidade
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
Spot de Rádio – 01 Unidade
Inserções na TV – 10 Unidades

ESPORTE
AÇÕES DE COMUNICAÇÃO
Ano Inteiro
<u>1 – Torneio de Futebol de Veteranos:</u>
Criação da Arte
Cartazes – 150 Unidades
Faixas – 10 Unidades

Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
<u>2 – Copa Salto de Sumô:</u>
Criação da Arte
Cartazes – 150 Unidades
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
<u>3 – Copa Salto de Judô:</u>
Criação da Arte
Cartazes – 150 Unidades
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
<u>4 – Copa Salto de Judô Seminário Chiaki Ishii:</u>
Criação da Arte
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
<u>5 – Evento de Carros Antigos:</u>
Criação da Arte
Cartazes – 150 Unidades
Faixas – 10 Unidades
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
<u>6 – Torneio de Sinuca:</u>
Criação da Arte
Cartazes – 50 Unidades
Faixas – 05 Unidades
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
<u>7 – Campeonato Municipal de Truco:</u>
Criação da Arte
Cartazes – 150 Unidades
Faixas – 05 Unidades
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
<u>8 – Campeonato Municipal de Truco Paralelo:</u>
Criação da Arte
Cartazes – 150 Unidades
Faixas – 05 Unidades
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
<u>9 – Campeonato Municipal de Truco Dupla:</u>
Criação da Arte
Cartazes – 150 Unidades
Faixas – 05 Unidades

Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
<u>10 – Campeonato Municipal e Futsal – Categoria de Base:</u>
Criação da Arte
Cartazes – 150 Unidades
Faixas – 05 Unidades
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
Spot de Rádio – 01 Unidade
<u>11 – Campeonato Municipal e Futebol – Categoria Base:</u>
Criação da Arte
Cartazes – 150 Unidades
Faixas – 10 Unidades
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
Spot de Rádio – 01 Unidade
<u>12 – Campeonato de Tae-Kwon-do:</u>
Criação da Arte
Cartazes – 30 Unidades
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
<u>13 – Olimpíada do Trabalhador:</u>
Criação da Arte
Cartazes – 150 Unidades
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
Faixas – 05 Unidades
Spot de Rádio – 01 Unidade
<u>14 – Torneio de Ginástica:</u>
Criação da Arte
Cartazes – 50 Unidades
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
<u>15 – Torneio de Vôlei Adaptado:</u>
Criação da Arte
Cartazes – 50 Unidades
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
<u>16 – Campeonato Municipal de Basquete:</u>
Criação da Arte
Cartazes – 50 Unidades
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
<u>17 – Campeonato Municipal de Vôlei:</u>

Criação da Arte
Cartazes – 50 Unidades
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
<u>18 – Torneio de Natação:</u>
Criação da Arte
Cartazes – 50 Unidades
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
<u>19 – Liga de Natação:</u>
Criação da Arte
Cartazes – 50 Unidades
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
<u>20 – Corrida de Rua Cidade de Salto:</u>
Criação da Arte
Cartazes – 100 Unidades
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
<u>21 – Torneio de Tênis de Mesa:</u>
Criação da Arte
Cartazes – 50 Unidades
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
<u>22 – Torneio de Kung Fu:</u>
Criação da Arte
Cartazes – 50 Unidades
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
<u>23 – Campeonato Municipal de Bocha:</u>
Criação da Arte
Cartazes – 100 Unidades
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
Faixas – 10 Unidades
<u>24 – Torneio Municipal de Malha:</u>
Criação da Arte
Cartazes – 50 Unidades
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
<u>25 – Jogos Escolares – Fase I:</u>
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
<u>26 – Jogos Escolares – Fase II:</u>
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>

<u>27 – Jogos Escolares – Fase III:</u>
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
<u>28 – Jogos da Juventude:</u>
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
<u>29 – Copa de Handebol:</u>
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
<u>30 – Copa de Basquete:</u>
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
<u>31 – Copa de Basquete:</u>
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
<u>32 – Copa de Vôlei:</u>
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
<u>33 – Passeio Ciclístico:</u>
Criação da Arte
Cartazes – 100 Unidades
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
Faixas – 10 Unidades
Spot de Rádio – 01 Unidade
<u>34 – Down Hill:</u>
Criação da Arte
Cartazes – 100 Unidades
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>
Faixas – 05 Unidades
<u>35 – Torneio de Xadrez:</u>
Criação da Arte
Cartazes – 50 Unidades
Impulsionamento na Página da Prefeitura no <i>Facebook</i>

ANEXO VI
MODELO DE TERMO DE CREDENCIAMENTO

Por este instrumento particular de Procuração, a empresa (Razão Social da Empresa), com sede (endereço completo da licitante), inscrita no CNPJ/MF sob n. _____ e com Inscrição Estadual n. _____, representada neste ato por seu(s) (qualificação(ões) do(s) outorgante(s)), Sr(a). _____, portador(a) da Cédula de Identidade RG n. _____ e do CPF n. _____, nomeia(m) e constitui(em) seu bastante Procurador o (a) Sr(a). _____, portador(a) da Cédula de Identidade RG n. _____ e do CPF n. _____, a quem confere(m) amplos poderes para representar a (Razão Social da Empresa) perante a Prefeitura da Estância Turística de Salto, no que se referir à, Concorrência nº 02/2026, com poderes para tomar qualquer decisão durante todas as fases do certame, desistir expressamente da intenção de interpor recurso administrativo ao final da sessão, manifestar-se imediata e motivadamente sobre a intenção de interpor recurso administrativo ao final da sessão, assinar a ata da sessão, prestar todos os esclarecimentos solicitados pela Comissão Permanente de Licitações, enfim, praticar todos os demais atos pertinentes ao certame, em nome da Outorgante.
A presente Procuração é válida até o dia _____.

_____, ____ de _____ de 2026.

(Assinatura)

Nome

Cargo

ANEXO VII - MINUTA DE CONTRATO
TERMO DE CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, QUE ENTRE SI, FAZEM A PREFEITURA DA ESTÂNCIA TURÍSTICA DE SALTO _____ -

CONTRATO:...../2026
CONCORRÊNCIA: 02/2026
PROCESSO ADMINISTRATIVO N.º 3349/2025
DATA: / /2026
VALOR: R\$
PRAZO: 12 MESES, PRORROGÁVEIS

Pelo presente termo de contrato de prestação de serviços, de um lado a **PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SALTO**, inscrita no CNPJ/MF n.º 46.634.507/0001-06, com sede na Av. Tranquillo Giannini, n.º 861, no município de Salto, Estado de São Paulo, representado neste ato pela Secretária de Comunicação e Turismo, **Sra. Iara Gonzaga Bortoluci**, infra-assinado, portador do RG n.º _____ e do CPF/MF n.º _____, _____, _____, doravante denominada simplesmente, **CONTRATANTE**, e do outro lado a empresa, _____, inscrita no CNPJ/MF sob n.º _____, com sede na _____, n.º _____, _____, na cidade de _____, Estado _____, neste ato representado por seu (sua) _____, **Sr.(a)** _____, infra-assinado, portador (a) do RG n.º _____ e do CPF/MF n.º _____, _____, _____, _____, residente e domiciliado na _____, n.º _____, _____, na cidade _____, Estado _____, doravante designado simplesmente **CONTRATADA**, decorrente da Concorrência n.º 02/2026, realizado nos termos da Lei n.º 14.133/2021, Lei Federal n. 12.232/2010, Lei Federal n. 4.680/65, mediante as cláusulas e condições a seguir estabelecidas e que reciprocamente outorgam e aceitam.

CLÁUSULA PRIMERA – DO OBJETO

1.1. O objeto do presente contrato é a prestação de serviços de publicidade para realização de atividades integradas que possibilite o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e na distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação conforme anexos ao edital, a cargo da Secretaria de Comunicação e Turismo.

CLÁUSULA SEGUNDA- DAS OBRIGAÇÕES E RESPONSABILIDADES

Da Contratada

2.1. Constituem obrigações da **CONTRATADA**, além das demais previstas neste Contrato ou dele decorrentes:

2.1.1. Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

2.1.2. Realizar - com recursos próprios e, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores e veículos - todos os serviços relacionados com o objeto deste Contrato observados as especificações estabelecidas pela **CONTRATANTE**.

2.1.3. A seu critério, a **CONTRATADA** poderá utilizar-se de sua matriz e/ou filiais para serviços de criação e de produção, bem como de outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições ora acordadas.

2.1.4. Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento, na elaboração dos serviços objeto deste Contrato, admitida sua substituição por profissionais com experiência equivalente ou superior.

2.1.5. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir à **CONTRATANTE** as vantagens obtidas.

2.1.5.1. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à **CONTRATANTE**, caso esta venha a saldar o compromisso antes do prazo estipulado.

2.1.5.2. Serão transferidas à **CONTRATANTE**, as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo.

2.1.6. Fazer cotação prévia de preços para todos os serviços realizados por fornecedores, observadas as seguintes disposições:

2.1.6.1. Apresentar 03 (três) propostas obtidas entre pessoas jurídicas previamente cadastradas pela **CONTRATANTE** ou cadastradas na Prefeitura da Estância Turística de Salto, nos termos do disposto no art. 14 da Lei n.º 12.232/10.

2.1.6.2. As propostas dos fornecedores serão coletadas, pela **CONTRATADA**, em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada pela **CONTRATANTE**, sempre que o fornecimento do bem ou serviço tiver valor superior a 0.5% (cinco décimos por cento) do valor total do Contrato.

2.1.6.3. Caso o fornecimento seja igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea “a” do inciso II do art. 23 da Lei 8666, de 21 de junho de 1993, a **CONTRATADA** está dispensada do procedimento previsto no subitem 2.1.6.2 deste Contrato.

2.1.6.4. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) propostas de preços, a **CONTRATADA** deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

2.1.7. Obter a aprovação prévia e expressa da **CONTRATANTE**, para autorizar despesas com produção, veiculação ou qualquer outra relacionada com este Contrato.

2.1.8. Submeter a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste Contrato, em qualquer hipótese, à prévia e expressa anuência da **CONTRATANTE**.

2.1.8.1. A contratação de serviços ou compra de material em empresas em que a **CONTRATADA** ou seus empregados tenham, direta ou indiretamente, participação societária ou qualquer vínculo comercial, somente poderá ser realizada após comunicar à **CONTRATANTE** este vínculo e obter sua aprovação.

2.1.9. As informações sobre a execução do Contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços e veículos, serão divulgados em site aberto pela **CONTRATANTE**, garantido o livre acesso por quaisquer pessoas.

2.1.9.1. A **CONTRATADA** inserirá as informações sobre valores pagos pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

2.1.10. Entregar à **CONTRATANTE**, até o dia 10º (décimo) do mês subsequente, um relatório de despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, este com os dados mais relevantes para uma avaliação do estágio em que se encontram.

2.1.11. Prestar esclarecimentos à **CONTRATANTE** sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a **CONTRATADA**, independentemente de solicitação.

2.1.12. Não caucionar ou utilizar o presente Contrato como garantia para qualquer operação financeira.

2.1.13. Manter, durante a execução deste Contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste.

2.1.14. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, se e quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.

2.1.15. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos por ela, em decorrência do objeto deste Contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

2.1.16. Apresentar, quando solicitado pela **CONTRATANTE**, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

2.1.17. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações

judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Contrato.

2.1.17.1. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a **CONTRATADA** 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 à **CONTRATANTE**, as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de dez dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

2.1.18. Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste Contrato.

2.1.19. Sujeitar-se à mais ampla e irrestrita fiscalização e supervisão, no que tange ao objeto do presente Contrato, prestando os esclarecimentos solicitados e atendendo às determinações efetuadas.

2.1.20. Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 05 (cinco) anos após a extinção do Contrato.

DA CONTRATANTE:

2.2. Constituem obrigações da **CONTRATANTE**, além das demais previstas neste Contrato ou dele decorrentes:

2.2.1. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a **CONTRATADA**;

2.2.2. Comunicar, por escrito, à **CONTRATADA**, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de vinte quatro horas úteis;

2.2.3. Fornecer e colocar à disposição da **CONTRATADA** todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

2.2.4. Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

2.2.5. Notificar, formal e tempestivamente, a **CONTRATADA** sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste Contrato;

2.2.6. Notificar a **CONTRATADA**, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade;

2.2.7. Abrir, na internet, um site próprio para divulgação das informações sobre a execução deste Contrato, conforme disposto no art. 16 e parágrafo único, da Lei n.º 12.232/10.

CLÁUSULA TERCEIRA- DA FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

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

3.1.1. A fiscalização dos serviços será exercida pelo gestor contratual, servidor devidamente designado pela **CONTRATANTE**, que terá poderes, entre outros, para notificar a **CONTRATADA** sobre as irregularidades ou falhas que porventura venham a ser encontradas na execução deste Contrato.

3.1.2. Além das atribuições previstas neste Contrato e na legislação aplicável, caberá ao gestor contratual verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas às condições da **contratação de fornecedores e aos honorários devidos à CONTRATADA**.

3.2. A fiscalização pela **CONTRATANTE** em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da **CONTRATADA** pela perfeita execução dos serviços a ela incumbidos.

3.3. A **CONTRATADA** adotará as providências necessárias para que qualquer serviço, incluído o de veiculação, considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a **CONTRATANTE**, e a expensas dos fornecedores e veículos por eles responsáveis.

3.4. A aprovação dos serviços executados pela **CONTRATADA** ou por contratados por ela diretamente, não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

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

3.6. A **CONTRATADA** se obriga a permitir que a auditoria interna da **CONTRATANTE** e/ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à **CONTRATANTE**.

3.7. A **CONTRATANTE** poderá realizar, semestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela **CONTRATADA**, da diversificação dos serviços prestados e dos benefícios decorrentes da política de preços por ela praticada.

3.8. O Gestor do Contrato da Contratante será a funcionária Ana Flavia Perina de Oliveira, Assessora de Comunicação, Matrícula nº 12.136, o Fiscal do Contrato será o funcionário Pedro Lourencetti Medeiros Mariano, Assessor de Comunicação, Matrícula nº 12.210 e o Preposto indicado pela **CONTRATADA** é _____

3.8. Do Gestor do Contrato

3.8.1. Compete ao Gestor do Contrato, sem prejuízo de outras atribuições previstas em lei ou regulamento:

- a) Coordenar a execução contratual, promovendo a interlocução entre a Administração e a Contratada;
- b) Adotar decisões motivadas quanto à condução do contrato, inclusive sobre ajustes, adequações e providências necessárias ao fiel cumprimento do objeto;
- c) Autorizar medições, liberações de pagamentos e eventuais glosas, com base nos atestos emitidos pela fiscalização;
- d) Manifestar-se tecnicamente sobre solicitações de alterações contratuais, prorrogações de prazo e termos aditivos, devidamente fundamentadas;
- e) Assegurar o cumprimento das obrigações contratuais, legais e regulamentares, zelando pela economicidade e pelo interesse público

3.9. Do Fiscal do Contrato

3.9.1. Compete ao Fiscal do Contrato, sem prejuízo de outras atribuições:

- a) Acompanhar e fiscalizar a execução dos serviços in loco, verificando a conformidade com o projeto, especificações técnicas, cronograma e normas aplicáveis;
- b) Manter diário de obras atualizado, registrando ocorrências relevantes, orientações, determinações e eventuais não conformidades;
- c) Elaborar relatórios técnicos periódicos, inclusive registros fotográficos, que evidenciem a evolução física da obra;
- d) Conferir, medir e atestar os serviços executados, condicionando o pagamento à efetiva execução e conformidade;
- e) Comunicar formalmente ao Gestor do Contrato quaisquer irregularidades, riscos ou necessidades de providências corretivas.

CLAUSULA QUARTA - DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1. As despesas decorrentes da execução do objeto deste certame licitatório correrão à conta dos recursos consignados nas Dotações Orçamentárias, abaixo:

Secretaria	Dotação	Ficha	Fonte	(%)
Comunicação e Turismo	02.17.01.339039.23.695.0015.2.003.01.1100000	535	Tesouro	74,33%
Educação	02.06.01.339039.12.122.0003.2.020.01.2000000	71	Tesouro	25%
Ação Social	02.11.01.339039.08.244.0007.2.043.01.5100000	222	Tesouro	0,67%

4.3. Será obedecido o princípio da anualidade orçamentária, devendo as despesas do exercício subsequente onerar as dotações próprias do orçamento da Prefeitura da Estância Turística de Salto.

CLÁUSULA QUINTA – DO VALOR DO CONTRATO E DA REMUNERAÇÃO

5.1. Os serviços objeto do presente contrato têm o valor total de R\$......(.....).

5.2. Os serviços da CONTRATADA serão remunerados da seguinte forma:

a) Valor constante da Tabela de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, com desconto de _____ ..%, nos casos de serviços executados internamente pela CONTRATADA, com pessoal e/ou recursos próprios.

b) Desconto Padrão de 20 % (vinte por cento) incidente sobre os custos de produção realizada por terceiros ou custo efetivo dos serviços e/ou suprimentos contratados, decorrente de estudos ou criação intelectual da CONTRATADA.

c) O percentual de desconto a ser concedido a Contratante sobre os honorários de acompanhamento de produção sobre os serviços e suprimentos externos contratados com fornecedores terceiros para execução dos trabalhos sob supervisão da agência, fixados em 15% (Quinze por cento) incidentes sobre os custos dos serviços de fornecedores e terceiros, conforme estabelecido nos itens 3.6.1 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária – CENP.

5.4. Além da remuneração acima prevista, a CONTRATADA fará jus ao desconto-padrão de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o artigo 11 da Lei n.º 4.680/65.

5.5. Pertencem ao CONTRATANTE as vantagens, bonificações e reaplicações obtidas pela CONTRATADA em negociações efetuadas com veículos de comunicação e fornecedores, com exceção dos frutos resultantes dos planos de incentivo concedidos por veículo de divulgação à CONTRATADA.

5.6. Os layouts, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

5.7. Despesas com deslocamento de profissionais da **CONTRATADA**, ou de seus representantes serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse da **CONTRATANTE**, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela **CONTRATADA**, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela **CONTRATANTE**.

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

5.9. A **CONTRATANTE** reserva-se ao direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade da verba prevista e contratada, sendo que a não utilização dos recursos previstos não gera qualquer direito à Contratada, seja de que natureza o for, inclusive indenizatória.

CLÁUSULA SEXTA - DO PAGAMENTO

6.1. Os pagamentos serão efetuados à **CONTRATADA** em até 10(dez) dias descontada a dezena, após cada entrega, a partir do recebimento na Secretaria de Finanças, desde que aprovado pela autoridade competente e respeitando-se a ordem cronológica de pagamentos.

6.1.1. Em caso de atraso no pagamento, deverá ser considerado atualização financeira de valor corrigido pelo IPCA/IBGE.

6.2. O documento fiscal deverá estar acompanhado dos seguintes documentos:

a) relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior, bem como das atividades desenvolvidas e peças produzidas apresentadas exclusivamente em formato digital, por meio de e-mail institucional da Prefeitura em formato PDF ou outro compatível, com confirmação de recebimento pela unidade gestora;

b) documento contendo a tabela de preços do veículo de comunicação, a descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, se houver;

c) Certidões regularidade para com Contribuições Sociais Previstas nas Alíneas “a” à “d” do Parágrafo Único do Art. 11 da Lei nº 8.212, de 24 de Julho de 1991, através de Certidão de Regularidade perante a Fazenda Federal, Certidão do FGTS - Fundo de Garantia por Tempo de Serviço e Certidão de Regularidade da Justiça do Trabalho.

6.3. Não serão efetuados pagamentos em relação a serviços não autorizados pela CONTRATANTE;

6.4. A remuneração ajustada é considerada completa e abrange todos os tributos (impostos, taxas, emolumentos, contribuições fiscais e para fiscais), fornecimento de mão-de-obra especializada, leis sociais, seguros, administração, lucros e qualquer despesa, acessória e/ou necessária não prevista no Edital.

6.5. O pagamento será efetuado por meio de depósito em conta corrente ou ordem de pagamento no banco, agencia e conta indicada pela CONTRATADA, todas as despesas decorrentes, como impostos, taxas, contribuições ou outras, serão suportadas pela **CONTRATADA**.

6.6. Nenhum pagamento será efetuado à CONTRATADA, enquanto pendente de liquidação qualquer obrigação financeira que lhe for imposta, em virtude de penalidade ou inadimplência, a qual poderá ser compensada com o pagamento pendente, sem que isso gere direito a acréscimos de qualquer natureza.

CLÁUSULA SETIMA – DA VIGÊNCIA DO CONTRATO

7.1. Os serviços serão prestados conforme as necessidades da Prefeitura da Estância Turística de Salto, sendo o prazo de vigência do contrato de 12 (doze) meses, contados da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado, mediante justificativa formal da vantagem para a Administração e manutenção das condições da contratação, por iguais períodos, até o limite máximo de 120 (cento e vinte) meses, conforme autorizado pelo art. 107 da Lei Federal nº 14.133/2021

7.2. Havendo prorrogação contratual, os valores poderão ser reajustados após o interregno

mínimo de 12 (doze) meses, com base na variação do INPC – Índice Nacional de Preços ao Consumidor, ou outro índice oficial que venha a substituí-lo.

CLÁUSULA OITAVA – DO REAJUSTAMENTO DE PREÇO E DO REEQUILIBRIO FINANCEIRO

8.1. Os preços inicialmente contratados são fixos e irremovíveis no prazo de um ano vinculado a data-base do orçamento estimado, conforme Mapa de Preços da instrução processual datado de 02/03/2026, no caso de reajuste, será pelo índice INPC, nos termos do § 7º do art. 25 da Lei de Licitação.

8.1.1. Após o interregno de um ano, e independentemente de pedido do contratado, os preços iniciais serão reajustados, mediante a aplicação, pelo contratante do INPC (Índice Nacional de Preço ao Consumidor), exclusivamente para as obrigações iniciadas e concluídas após a ocorrência da anualidade.

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

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

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

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

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

8.1.7. O reajuste será realizado por apostilamento.

8.2. Para restabelecer o equilíbrio econômico-financeiro inicial do contrato em caso de força maior, caso fortuito ou fato do príncipe ou em decorrência de fatos imprevisíveis ou previsíveis de consequências incalculáveis, que inviabilizem a execução do contrato tal como pactuado, respeitada, em qualquer caso, a repartição objetiva de risco estabelecida no contrato, nos termos do art. 124, II, “d” §§ 1º e 2º da Lei de Licitação.

CLÁUSULA NONA - DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS E SANÇÕES

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

- a) deixar de entregar a documentação exigida para o certame ou não entregar qualquer documento que tenha sido solicitado pela Comissão de Contratação durante o certame;
- b) Salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado, não manter a proposta em especial quando:
- c) não enviar a proposta adequada ao último lance ofertado ou após a negociação;
- d) recusar-se a enviar o detalhamento da proposta quando exigível;
- injustificadamente, pedir para ser desclassificado quando encerrada a etapa competitiva; ou
- d.1) deixar de apresentar amostra;
- d.2) apresentar proposta ou amostra em desacordo com as especificações do edital;
- e) não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;
- f) recusar-se, sem justificativa, a assinar o contrato ou a aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração;
- g) apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação
- h) fraudar a licitação

9.2. 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;
- d) praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação
- e) praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei n.º 12.846, de 2013.

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

- 9.3.1. advertência;
- 9.3.3. multa;
- 9.3.3. impedimento de licitar e contratar e
- 9.3.4. declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.

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

9.5. As sanções de advertência, impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade, bem como a sanção de multa aplicada em percentual de 0,5% a 30% incidente sobre o valor da proposta, respeitarão o devido processo legal, obedecerão ao prazo de defesa previsto nos arts. 156 e seguintes, da Lei 14.133/2021.

9.6. 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.

9.7. 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.

9.8. 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.

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

9.10. Poderá ser aplicada ao responsável a sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, em decorrência da prática das infrações, bem como pelas infrações administrativas 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.

9.11. A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato ou outro instrumento hábil ou a ata de registro de preço, 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.

9.12. A apuração de responsabilidade relacionadas às sanções de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar demandará a instauração de processo de responsabilização a ser conduzido por comissão composta por 2 (dois) ou mais servidores estáveis, que avaliará fatos e circunstâncias conhecidos e intimará o licitante ou o adjudicatário para, **no prazo de 15 (quinze) dias úteis**, contado da data de sua intimação, apresentar defesa escrita e especificar as provas que pretenda produzir.

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

9.14. 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.

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

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

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

10.1. O contrato se extingue quando vencido o prazo nele estipulado, independentemente de terem sido cumpridas ou não as obrigações de ambas as partes contraentes.

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

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

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

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

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

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

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

10.6. O termo de rescisão, sempre que possível, será precedido:

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

10.6.2. Relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos;

10.6.3. Indenizações e multas.

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DA SUBCONTRAÇÃO (Art. 122)

11.1. Não será admitida a subcontratação global do objeto, podendo haver subcontratação parcial apenas para serviços técnicos especializados de apoio à produção (ex.: gráficas, produtoras de vídeo, sonorização, etc.), desde que sob supervisão direta e responsabilidade da agência contratada, conforme o art. 122, §1º, inciso II, da Lei nº 14.133/2021 e o art. 3º da Lei nº 4.680/65.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DOS DIREITOS AUTORAIS

12.1. A CONTRATADA cede a CONTRATANTE, pelo período máximo permitido em lei, os direitos autorais e conexos de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade ou de seus prepostos, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste contrato.

12.2. O valor dessa cessão é considerado incluso nas modalidades de remuneração e formas de pagamento definidas neste contrato.

12.3. A CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, sempre autorizadas pelo titular dos direitos autorais e levadas a efeito por seu autor, durante a vigência deste contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados, prepostos ou fornecedores.

12.4. Em todas as contratações que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará de cada fornecedor dois orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos pelo tempo estabelecido pela CONTRATANTE e outro de cessão pelo período máximo permitido em lei de tais direitos, para que a CONTRATANTE escolha uma das opções.

12.5. Nos casos de cessão por tempo limitado, a CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão, e condicionará a contratação ao estabelecimento no ato de cessão/orçamento/contrato de cláusulas onde o fornecedor garanta a cessão pelo prazo mínimo a ser definido pela CONTRATANTE em cada caso e se declare ciente da forma estabelecida para a reutilização por igual período.

12.6. Na reutilização de peças (inclusive fotos) em meios iguais e por período igual ao inicialmente pactuado, o valor a ser pago pela CONTRATANTE será de até 70% (setenta por cento) do valor orçado/contratado, exclusivamente para o cachê de modelos/atores e para os honorários do fotógrafo, pelos direitos de uso de imagem. No caso de o orçamento/contrato contemplar mais de uma peça/foto e não tiverem sido especificados os preços unitários dos cachês de modelos/atores e dos honorários do fotógrafo, o percentual incidirá, no máximo, sobre o preço unitário apurado de acordo com simples regra de três.

12.7. Na reutilização das peças fonográficas em meios iguais e por período igual aos inicialmente pactuados, o valor a ser pago pela CONTRATANTE será de até 70% (setenta por cento) do valor contratado.

12.8. Na reutilização de peças audiovisuais em meios, período e demais condições iguais aos inicialmente pactuados, o valor a ser pago pela Prefeitura da Estância Turística de Salto será de até 70% (setenta por cento) dos cachês dos atores e dos honorários do diretor, pelos direitos de uso de imagem. Também será pago pela CONTRATANTE até 10% (dez por cento) sobre o valor total inicialmente contratado, pelo direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e/ou protegidos pelos direitos autorais e conexos.

12.9. Na reutilização de peças em meios iguais e por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo sobre o valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de uso dessas obras, será de até 70% (setenta por cento).

12.10. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias citadas nos itens anteriores o valor a ser pago pela CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado e serão obedecidos os percentuais definidos neste instrumento.

12.11. Para reutilização de peças por períodos inferiores aos inicialmente pactuados, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

12.12. Quando a CONTRATANTE optar pela execução dos serviços com a cessão pelo período máximo permitido em lei, a CONTRATADA se compromete a fazer constar dos ajustes que vierem a celebrar com fornecedores - para a produção e execução técnica de peças e campanhas e a prestação de outros serviços - cláusulas escritas que:

a) Explicitem a cessão pelo período máximo permitido em lei, por esses fornecedores, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, produção e direção, a composição, arranjo e execução de trilha sonora, as matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados;

b) Estabeleçam que o CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar os referidos direitos, diretamente ou por intermédio de fornecedores, com ou sem modificações, sempre autorizadas pelo titular dos direitos autorais e levadas a efeito por seu autor, durante a

vigência deste contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

12.12.1. Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão – pelo período máximo permitido em lei ou por período menor - será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

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

12.14. A CONTRATADA se compromete a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e outras, que não impliquem direitos de uso de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

- a) Que à CONTRATANTE será entregue 1 cópia em PEN DRIVE;
- b) A cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material à CONTRATANTE, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de fornecedores, com ou sem modificações, sempre autorizadas pelo titular dos direitos autorais e levadas a efeito por seu autor, durante a vigência deste contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DA GARANTIA CONTRATUAL

13.1. Em garantia da execução do presente contrato a CONTRATADA apresentou garantia no importe de R\$ _____, sendo este 2% (dois por cento) sobre o valor contratual, devidamente aceita e custodiada pelo Setor Financeiro da Prefeitura da Estância Turística de Salto, conforme comprovante anexo ao Processo em epígrafe, que fica fazendo parte deste.

13.2. A garantia responderá pelo fiel cumprimento das disposições deste contrato, ficando o CONTRATANTE autorizado a executá-la para cobrir multas, indenizações ou pagamento de qualquer obrigação, inclusive em caso de rescisão.

13.3. Utilizada a garantia, a CONTRATADA obriga-se a integralizá-la no prazo de 5 (cinco) dias úteis contado da data em que for notificada formalmente pela CONTRATANTE.

13.4. O valor da garantia somente será liberado à CONTRATADA quando do término ou rescisão deste contrato, desde que não possua dívida inadimplida com a CONTRATANTE e mediante expressa autorização desta.

13.5. Na prorrogação do contrato, a garantia deverá, obrigatoriamente, ser renovada, devendo ser apresentada na assinatura do termo de aditamento.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DOS CASOS OMISSOS (ART. 92, III)

14.1. Os casos omissos serão decididos pelo contratante, segundo as disposições contidas na Lei nº 14.133, de 2021, e demais normas federais aplicáveis e, subsidiariamente, segundo as

disposições contidas na Lei nº 8.078, de 1990 – Código de Defesa do Consumidor – e normas e princípios gerais dos contratos.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DAS ALTERAÇÕES CONTRATUAIS

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

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

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DA PROTEÇÃO DE DADOS

16.1. As partes deverão observar as disposições da Lei Federal nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais), e alterações, quando do tratamento de dados pessoais e dados pessoais sensíveis a que tenham acesso, para o propósito de execução e acompanhamento deste contrato, não podendo divulgar, revelar, produzir, utilizar ou deles dar conhecimento a terceiros estranhos a esta contratação, a não ser por força de obrigação legal ou regulatória.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA - DA PUBLICAÇÃO

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

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

18.1. A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de publicidade/propaganda e normas correlatas no objetivo de produzir publicidade e promoção que estejam de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, e com a moral e os bons costumes.

18.2. O pessoal que a CONTRATADA empregar para a execução dos serviços não terá relação de emprego com a CONTRATANTE e deste não poderá demandar quaisquer pagamentos. No caso de vir a CONTRATANTE a ser demandada judicialmente, a CONTRATADA o ressarcirá de qualquer despesa que, em decorrência, vier a ser condenada a pagar.

18.3. As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgadas no site da CONTRATANTE, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados, em atendimento ao disposto no artigo 16 da Lei Federal n. 12.232/2010.

18.3.1. As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

18.4. A CONTRATADA deverá, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas, em atendimento ao disposto no artigo 17 da Lei Federal n. 12.232/2010.

18.5. A omissão ou tolerância das partes em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente não constituirá novação ou renúncia, tampouco afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do acordado entre as partes.

18.6. A CONTRATADA declara, expressamente, que tem pleno conhecimento do objeto desta contratação, bem como do local de prestação do serviço.

18.7. É vedada a transferência, total ou parcial, do objeto deste contrato, sem anuência do CONTRATANTE.

18.9. Fica fazendo parte integrante deste instrumento o Edital e seus anexos, bem como a proposta apresentada pela **CONTRATADA**.

18.10. A Contratada obriga-se a cumprir, durante todo o período de execução do contrato, a reserva de cargos revista em lei para pessoa com deficiência, para reabilitado da Previdência Social ou para aprendiz, bem como as reservas de cargos previstas na legislação (art. 116);

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

CLÁUSULA DÉCIMA NONA - DO FORO

19.1. As partes elegem, de comum acordo, o Foro da Comarca de Salto, como competente para dirimir eventuais dúvidas decorrentes do presente contrato, com renúncia expressa de qualquer outro, por mais privilegiado que for.

E, por assim estarem de pleno acordo, assinam o presente Instrumento, em 02 (duas) vias, de igual teor e forma, para todos os fins de direito, na presença das duas testemunhas abaixo nomeadas que a tudo assistiram.

Salto,.....de de 2026.

Contratante
Secretária de Comunicação e Turismo
Contratada

Testemunhas:

ANEXO VIII
TERMO DE CIÊNCIA E DE NOTIFICAÇÃO (CONTRATOS)
(REDAÇÃO DADA PELA RESOLUÇÃO Nº 11/2021)

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 do Estado, Caderno do Poder Legislativo, parte do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, em conformidade com o artigo 90 da Lei Complementar nº 709, de 14 de janeiro de 1993, iniciando-se, a partir de então, a contagem dos prazos processuais, conforme regras do Código de Processo Civil;
- d) as informações pessoais dos responsáveis pela contratante e interessados estão cadastradas no módulo eletrônico do “Cadastro Corporativo TCESP – CadTCESP”, nos termos previstos no Artigo 2º das Instruções nº01/2020, conforme “Declaração(ões) de Atualização Cadastral” anexa (s);
- e) é de exclusiva responsabilidade do contratado manter seus dados sempre atualizados.

2. Damo-nos por NOTIFICADOS para:

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

ESTÂNCIA TURÍSTICA DE SALTO, _____ DE _____ DE 2026.
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:

Pela Contratante:

Nome: _____

Cargo: _____

CPF: _____

Assinatura: _____

Pela Contratada:

Nome: _____

Cargo: _____

CPF: _____

Assinatura: _____

ORDENADOR DE DESPESAS DA PREFEITURA:

Nome: _____

Cargo: _____

CPF: _____

Assinatura: _____

GESTOR DO CONTRATO:

Nome: _____

Cargo: _____

CPF: _____

Assinatura: _____

FISCAL DO CONTRATO:

Nome: _____

Cargo: _____

CPF: _____

Assinatura: _____

RESPONSÁVEIS PELO PROCESSO LICITATÓRIO

Nome: _____

Cargo: _____

CPF: _____

Assinatura: _____

2. Nome: _____

Cargo: _____

CPF: _____

Assinatura: _____

LOCAL e DATA: _____

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