



TERMO DE REFERÊNCIA

Protocolo nº 54646/2025

1. OBJETO

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

Também integram o objeto deste processo licitatório, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

1.1 ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato:

1.2 à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias; à produção e à execução técnica das peças e/ou material criados pela agência Contratada;

1.3 as pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea “a” do subitem 1.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Legislativo Batataense, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

2. DA JUSTIFICATIVA

2.1. A publicidade das atividades parlamentares é um dos pilares da democracia, permitindo que os cidadãos acompanhem de perto o trabalho dos seus representantes e estejam informados sobre as principais decisões que impactam suas vidas.



Câmara Municipal da Estância Turística de Batatais

ESTADO DE SÃO PAULO

2.2. Atualmente, a inovação vem obrigando que os entes governamentais se modernizem e busquem novas formas de entregar à população um serviço mais eficiente, comprometido e com aplicação direcionada e planejada dos recursos públicos, de modo a garantir a maior participação popular em seus atos, o que não é mais possível de ser feito pelas formas até então utilizadas pela Casa, demandando a adequação por meio de recursos técnicos/operacionais que vem sendo utilizados por outros entes, a exemplo da contratação da agência de publicidade para a divulgação de seus trabalhos.

2.3. Com o avanço do uso da internet, principalmente pelo uso dos aparelhos celulares como meios de criação e propagação de informações, surge a necessidade de respostas rápidas e verídicas a serem veiculadas de forma pontual e com o objetivo de atingir cada vez mais a população que antes não era alcançada.

2.4. A construção desta ponte entre a Câmara Municipal de Batatais e a população serve como um importante marco de reconhecimento da importância da divulgação da informação com responsabilidade e eficiência dos atos parlamentares, propiciando maior envolvimento entre a população e os seus representantes eleitos.

2.5. A contratação de uma agência de publicidade pela Câmara Municipal justifica-se pela necessidade de assegurar uma comunicação institucional pautada nos princípios constitucionais da eficiência e da transparência, garantindo acesso facilitado à toda a população e que permitam o acompanhamento, fiscalização e participação da atividade parlamentar. Diante do princípio da publicidade, expressamente previsto no artigo 37, da Constituição Federal, é dever do Poder Legislativo garantir que os atos, projetos, ações e campanhas de interesse público sejam amplamente divulgados à sociedade.

2.6. A presente contratação visa, ainda, atender à necessidade do fortalecimento da comunicação institucional com a sociedade, por meio da elaboração e execução de estratégias de publicidade que promovam a divulgação clara, objetiva e eficaz dos atos, programas e campanhas de interesse público.

2.7. Tal contratação justifica-se pela complexidade técnica das ações de publicidade, que exigem conhecimentos específicos em planejamento estratégico de comunicação, criação de peças publicitárias, gestão de mídias e análise de resultados. Esses serviços não podem ser adequadamente executados pela estrutura administrativa atual da Câmara, sendo, portanto, necessária a terceirização por meio de processo licitatório adequado para a complexidade do objeto.



Câmara Municipal da Estância Turística de Batatais

ESTADO DE SÃO PAULO

2.8. A agência de propaganda deverá desenvolver campanhas de comunicação para a divulgação de audiências públicas, projetos legislativos, ações institucionais, programas de transparência, campanhas educativas e divulgação/promoção do acervo histórico da Casa, composto por documentos, mobiliário e prédio com influência histórica na cidade, entre outras atividades que demandem ampla divulgação.

2.9. Visa, ainda, com esta contratação promover maior visibilidade às ações do Poder Legislativo, ampliar o alcance da comunicação institucional, garantir a padronização da identidade visual e possibilitar o cumprimento dos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência, previstos no *caput*, do artigo 37, da Constituição da República Federativa do Brasil.

2.10. Entende-se que a presente contratação trará benefícios inestimáveis por meio das estratégias de comunicação eficazes para promover a promoção social e trazer as informações atualizadas e de modo eficiente, ressaltando que, ao contratar uma agência, será possível contar com profissionais técnicos capacitados, com experiência e conhecimento técnico sobre as melhores práticas de publicidade dos atos do Legislativo e divulgação de campanhas de conscientização resultando em peças mais criativas, impactantes e direcionadas aos cidadãos batataenses.

2.11. Assim, a presente contratação é medida imprescindível para o aperfeiçoamento e estreitamento da comunicação pública, bem como o fortalecimento do vínculo entre a Câmara Municipal e a população, além de garantir o pleno exercício do direito à cidadania, previsto como fundamento no inciso II, do artigo 1º, da Constituição Federal.

3. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

DA CONTRATAÇÃO DOS SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E SEU FUNDAMENTO

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

3.2. A Lei 12.232/2010, em seu artigo 1º., estabelece a obrigatoriedade da realização de procedimentos licitatórios nas contratações pela Administração Pública de serviços de publicidade, que deverão ser



Câmara Municipal da Estância Turística de Batatais

ESTADO DE SÃO PAULO

prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, aí abrangidos os órgãos do Poder Executivo, Legislativo e Judiciário, bem como as pessoas da Administração Indireta e todas as entidades controladas direta ou indiretamente pela União, Estados e Municípios.

3.3. Os serviços objeto da presente Concorrência serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/65, que tenham obtido Certificado de Qualificação Técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

3.4. Serão aplicadas, complementarmente à Lei nº 12.232/2010, também a Lei Federal nº 14.133/2021, a Lei 4.680/65 e seu Decreto Regulamentador nº 57.690/66, o Decreto Federal nº 4563/2002, o Decreto Municipal nº 4466/2023 e Resolução nº 375/2024.

3.5. O procedimento licitatório se dará na modalidade de Concorrência, por expressa disposição da lei 14.133/21 e, excepcionalmente, na forma presencial, com a apresentação das propostas técnica, de preço e dos documentos de habilitação de forma física, levando em consideração que a manutenção da forma presencial, com apresentação das propostas técnica, de preço e documentos de habilitação justifica-se pela exigência legal quanto à garantia do sigilo na não identificação dos licitantes no Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, na forma do disposto no artigo 6º, inciso IV da Lei Federal nº 12.232/2010.

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

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

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

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

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

3.11. O contrato inicial terá duração de 12 (doze) meses, com possibilidade de prorrogações conforme a Lei nº 14.133/21. Ao final da vigência do contrato e sempre nos limites estabelecidos pela citada lei, o contrato poderá ser renovado para garantir a continuidade dos serviços de publicidade no âmbito da Câmara Municipal. Em caso de encerramento, a agência Contratada realizará a transição, durante o período remanescente do contrato, concluindo as campanhas em andamento e entregando materiais e relatórios ao Legislativo. Essa solução visa atender as necessidades da Casa de forma eficaz e em conformidade com a legislação, promovendo o engajamento e a informação da comunidade.

4. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

4.1. Os serviços objeto desta Concorrência deverão ser prestados exclusivamente por agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenham obtido Certificado de Qualificação Técnica de funcionamento e que atendam às demais condições a serem estabelecidas no Edital de Licitação e seus Anexos.

4.2. O Certificado de Qualificação Técnica de que trata o artigo 4º e seu parágrafo 1º, da Lei nº 12.232/2010 deverá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), entidade sem



Câmara Municipal da Estância Turística de Batatais

ESTADO DE SÃO PAULO

fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agência de propaganda.

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

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

4.5. A licitante deverá atender a todos os requisitos e exigências previstos no procedimento, em especial as condições de habilitação.

4.6. O contrato será gerido e fiscalizado por servidores designados para tais fins, que avaliarão o desempenho da agência Contratada, mediante reuniões periódicas, análise de relatórios mensais de atividades e controle de entregas conforme cronograma de trabalho definido. Quaisquer desvios ou problemas na execução do objeto contratual serão registrados e reportados para correção imediata.

5. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE E DA CONTRATADA

5.1. São obrigações da Contratante:



Câmara Municipal da Estância Turística de Batatais

ESTADO DE SÃO PAULO

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

5.1.2. A Contratante deverá exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pela Contratada, de acordo com o contrato e a documentação que o integra.

5.1.3. A Contratante comunicará por escrito à agência Contratada, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 01 (um) dia útil.

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

5.1.5. A Contratante proporcionará condições para a boa execução dos serviços.

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

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

5.1.8. A Contratante cumprirá todos os compromissos financeiros assumidos com a Contratada.

5.1.9. A Contratante deverá observar, no tratamento de dados pessoais de profissionais, empregados, prepostos, administradores e/ou sócios da Contratada, a que tenha acesso durante a execução do objeto a que se refere esse procedimento, as normas legais e regulamentares aplicáveis, em especial, a Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, com suas alterações subsequentes.

5.2. São obrigações da Contratada:

5.2.1. A Contratada deverá respeitar as normas e princípios ambientais, minimizando os efeitos dos danos ao meio ambiente, utilizando tecnologias e materiais ecologicamente corretos, adotando, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de



Câmara Municipal da Estância Turística de Batatais

ESTADO DE SÃO PAULO

redução de desperdícios e de redução da poluição, na forma do disposto no artigo 144, da Lei nº 14.133/21.

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

5.2.3. A Contratada deverá atender a determinações regulares emitidas pelo fiscal do contrato ou autoridade superior (art. 137, II, da Lei nº 14.33/2021) e prestar todo esclarecimento ou informação por eles solicitada.

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

5.2.5. A Contratada deverá apresentar todos os documentos de regularidade fiscal quanto aos débitos trabalhistas, tributários, FGTS, INSS e Receita Federal.

5.2.6. A Contratada, realizará, com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante contratação de terceiros na forma estabelecida pela Lei nº 12.232/2010, de acordo com as especificações estipuladas pela Contratante.

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

5.2.8. A Contratada fará cotação prévia de preços para todos os serviços realizados por fornecedores, nos termos do artigo 14, da Lei nº 12.232/2010, observadas as disposições:

- a) Devem ser apresentadas, no mínimo, 3 (três) propostas, das quais constarão todos os produtos ou serviços que a compõem, com o detalhamento de suas especificações e custos unitários.
- b) As propostas devem ser apresentadas no original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor e a identificação completa do responsável legal.
- c) Os fornecedores externos deverão estar credenciados junto à Contratante.



Câmara Municipal da Estância Turística de Batatais

ESTADO DE SÃO PAULO

- d) Se não houver possibilidade de obter três propostas, a agência deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.
- e) A Câmara Municipal, como Contratante, poderá proceder à verificação da adequação dos preços dos serviços de terceiros em relação aos do mercado.
- f) Obter aprovação prévia da Contratante, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com o contrato.
- g) A Contratada não poderá subcontratar outra agência de propaganda para realizar os serviços objeto do contrato.

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

5.2.10. A Contratada só divulgará informações acerca da prestação dos serviços objeto do contrato, que envolva o nome da Contratante, mediante sua prévia e expressa autorização.

5.2.11. A Contratada prestará esclarecimentos a esta Casa de Leis sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a Contratada, independentemente de solicitação.

5.2.12. A Contratada não utilizará o presente contrato como caução ou garantia de qualquer operação financeira.

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

5.2.14. A Contratada cumprirá a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados.

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

5.2.16. A Contratada responsabilizar-se-á pelo ônus resultantes de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados e prepostos, bem como obrigar-se-á por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do contrato.

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

5.1.18. Constituem-se responsabilidade da Contratada quanto a direitos autorais;

- a) ceder à Contratante, total e definitivamente, os direitos patrimoniais do uso das ideias, peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após o término da vigência do contrato.
- b) condicionar, nos casos de cessão de direitos por tempo limitado, a contratação de serviços com terceiros, pelo período indicado pela Contratante e utilizar os trabalhos protegidos pelos direitos autorais ou conexos, dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão.
- c) quando exigido pela Contratada, obter 02 (dois) orçamentos para execução dos serviços pelos fornecedores externos, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão definitiva desses direitos, quando possível, para que a Contratante escolha uma das opções.
- d) Fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obras consagradas incorporadas à peça e os de cessão dos demais direitos.
- e) reconhecer que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão de direitos patrimoniais por ela realizados à Contratante, será sempre considerada como já incluída no custo da criação.

5.1.19. Comunicar ao fiscal do contrato, assim que possível, qualquer ocorrência anormal ou acidente que se verifique durante a execução do contrato.

5.1.20. Prestar todo esclarecimento ou informação solicitada pela Contratante ou por seus prepostos, garantindo-lhes o acesso, a qualquer tempo, ao local dos trabalhos, bem como os documentos relativos à execução do objeto.

5.1.21. Sempre que realizarem qualquer tipo de tratamento de dados pessoais no âmbito da execução do objeto deste procedimento, a Contratada deverá observar as normas previstas na Lei nº 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais - LGPD), com suas alterações subsequentes, e as demais normas legais e regulamentares aplicáveis.

6. EXECUÇÃO DO OBJETO DO CONTRATO

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

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

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

- a) Planejamento estratégico pela agência, que realizará levantamento das necessidades da Contratante, analisará o público-alvo e definirá as estratégias de comunicação. Apresentará relatório contendo as diretrizes para as ações publicitárias;
- b) Criação das peças publicitárias;
- c) Apresentadas as peças pela Contratada, a Contratante deverá aprová-la ou solicitar ajustes em prazo médio de 05 (cinco) dias úteis, sempre por escrito.
- d) Execução das campanhas publicitárias através dos meios definidos, conforme planejamento de mídia aprovado pela Contratante.
- e) Acompanhamento da campanha pela Contratada, que apresentará relatórios à Contratante sobre a divulgação da campanha
- f) Encerramento da campanha, com relatório final contendo a análise dos resultados alcançados e o desempenho das ações publicitárias. Poderá a Contratada recomendar a realização de pesquisas sobre o resultado da campanha.

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



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

7. GESTÃO E FISCALIZAÇÃO DE CONTRATO

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

7.2. O gestor do contrato também terá a função de validar as entregas da Contratada e de emitir pareceres técnicos a respeito da execução das atividades, com base nos relatórios e nas avaliações dos resultados das campanhas publicitárias e solicitar correção de eventuais falhas ou não conformidades identificadas durante a execução do contrato.

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

7.3. Caberá ao Fiscal verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à Contratada e às condições de contratação de fornecedores de serviços especializados com a intermediação da Contratada.

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

7.5. Sempre que necessário, será providenciado o reajuste do contrato, caso de identifiquem condições de mercado que justifiquem a alteração dos valores ou prazos, observando-se a devida formalização e a justificativa para tais ajustes.



8. MEDIÇÃO E PAGAMENTO

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

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

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

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

8.5. Os pagamentos serão efetuados mensalmente e após a entrega de cada serviço ou conjunto de serviços publicitários, conforme estipulado no cronograma de execução. Para cada serviço entregue, a Contratada deverá emitir a nota fiscal correspondente e o pagamento será realizado no prazo acordado após a verificação da conformidade da entrega.

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

8.7. Os pagamentos à Contratada e aos fornecedores externos e veículos de divulgação deverão se realizar no prazo de até 30 (trinta) dias da data da apresentação das respectivas notas fiscais.



9. SELEÇÃO DO FORNECEDOR

9.1. Em relação à seleção de fornecedores externos de serviços especiais, deverão ser aplicadas as disposições do artigo 14 e parágrafo 1º, da Lei nº 12.232/2010, com a obtenção, pela Contratada, de no mínimo 03 (três) orçamentos de empresas previamente cadastradas na Contratante, de igual nível técnico, cabendo à Contratante a escolha do fornecedor a ser contratado.

9.2. Em relação à contratação da agência de publicidade, deve haver estrita observância do art. 5º, da Lei nº 12.232/2010, sendo que a modalidade de licitação a ser adotada será a da Concorrência cujo critério de julgamento será o de “técnica e preço”, na proporção de 70% (setenta por cento) de valoração da proposta técnica.

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

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

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

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

9.7. As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos 1/3 (um terço) deles não poderá manter nenhum vínculo



Câmara Municipal da Estância Turística de Batatais

ESTADO DE SÃO PAULO

funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação, observando-se as regras da lei n. 12.232/2010.

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

9.9. As Propostas Técnicas (compostas de Plano de Comunicação Publicitária e do conjunto de informações sobre as licitantes – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problemas de Comunicação) e de Preço, serão apresentadas pelas licitantes numa primeira sessão. Posteriormente e somente pelas licitantes classificadas nessa primeira fase, as licitantes deverão apresentar os documentos de Habilitação, na forma da Lei nº 12.232/2010.

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

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

9.12. Para remuneração da agência são adotadas as disposições do art. 11, da Lei nº 4.680/65, art. 11, do Decreto n. 57.690/66, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária que estabelecem os preços de mercado, incorporadas ao sistema legal por força do Decreto n. 4563/2002.

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

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

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

10 – APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

QUESITOS	SUBQUESITOS
Plano de Comunicação Publicitária	
	Raciocínio Básico
	Estratégia de Comunicação Publicitária
	Ideia Criativa
	Estratégia de Mídia e Não Mídia
Capacidade de Atendimento	
Repertório	
Relatos de Soluções de problemas de comunicação	

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

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

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

- a) Em papel tipo sulfite, A4, com até 90 g/m² branco;
- b) Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda, capa e contracapa em papel sulfite branco, formato A4, branco e com até 90 g/m²;
- c) Espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- d) Títulos, entre títulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- e) Espaçamento “simples” entre linhas e opcionalmente duplo entre parágrafos, títulos e subtítulos.



Câmara Municipal da Estância Turística de Batatais

ESTADO DE SÃO PAULO

- f) Alinhamento justificado do texto.
- g) Texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, cor “automático”, corpo 12 (doze);
- h) Numeração em todas as páginas, em fonte Arial 12, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, canto inferior direito.

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

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

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

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

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

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

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

- a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no Edital, com comentários sobre cada peça e/ou material. Essa relação deverá relacionar as peças ou material em dois blocos: o primeiro, com as peças corporificadas, com o limite de 10 (dez) peças e o segundo, com as peças não corporificadas, sem limite do número de peças.
- b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar 10 (dez) peças como exemplos para corporificar objetivamente sua proposta de solução dos desafios ou problemas, gerais e ou específicos, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

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

- a) apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;
- b) simulação de plano de distribuição em que a licitante indicará todas as peças e ou material destinados à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas, cujo valor estimado da campanha integral simulada será de R\$ 80.000,00 (oitenta mil reais).

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

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

Nessa simulação:

- a) Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Edital;

b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11, da Lei nº 4.680/65;

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

d) para veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços públicas, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação (tais como mídia programática, *trading desks* e redes sociais) a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia, assim como para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos, definindo em sua proposta quais métricas serão utilizadas para atingi-los (ex: cpm, *true views*, taxa de impressão, geração de *leads*, custo por alcance, cpc, cpe, custo por visualização de vídeo, custo por curtida, entre outros).

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

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

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

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

I – ter a identificação da licitante;

II – ser datado;

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

Capacidade de Atendimento

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

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

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

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

- a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) a quantificação e a qualificação sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;
- c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
- d) a sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Anunciante, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

Repertório

10.9. A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte Arial, tamanho 12 pontos, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e



Câmara Municipal da Estância Turística de Batatais

ESTADO DE SÃO PAULO

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

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

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

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

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

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

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

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

10.17. As peças e ou material não podem se referir a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela Câmara Municipal de Batatais.

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

10.18. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte arial, tamanho 12 pontos, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira



Câmara Municipal da Estância Turística de Batatais

ESTADO DE SÃO PAULO

página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

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

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

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

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

III – não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas e/ou aprovadas pela Câmara Municipal de Batatais;

IV – deverá estar formalmente referendado pelo cliente.

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

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

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

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

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

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



Câmara Municipal da Estância Turística de Batatais

ESTADO DE SÃO PAULO

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

11. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

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

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

11.3. Plano de Comunicação Publicitária

11.4. Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão:

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

11.5. Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Câmara e a seus desafios ou problemas, geral e/ou específico, de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação desse Legislativo com seus públicos;
- d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução dos desafios ou dos problemas, geral e ou específico, de comunicação desta Casa de Leis;

- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o Poder Legislativo e o mercado no qual se insere, seus desafios ou problemas, geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível.

11.6. Ideia Criativa

- a) sua adequação aos desafios ou problemas geral e ou específico, de comunicação da Câmara Municipal;
- b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- g) sua pertinência às atividades do Poder Legislativo e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;
- i) a exequibilidade das peças e/ou do material;
- j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e aos públicos propostos.

11.7. Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Batatais;
- e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou do material;
- f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

11.8. Capacidade de Atendimento

- a) o porte e a tradição dos clientes atuais das licitantes e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Câmara Municipal;
- d) a adequação das instalações da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- e) a operacionalidade do relacionamento entre a Câmara e a licitante, esquematizado na proposta;
- f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Câmara Municipal de Batatais, sem ônus adicional durante a vigência do contrato.

11.9. Repertório

- a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propõe a resolver;
- b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;
- c) a clareza da exposição das informações prestadas.

11.10. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a) a evidência de planejamento publicitário;
- b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- c) a relevância dos resultados apresentados;
- d) a concatenação lógica da exposição.

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

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

QUESITOS/SUBQUESITOS	PONTOS
Plano de Comunicação Publicitária, sendo:	65

Raciocínio Básico	10
Estratégia de Comunicação Publicitária	20
Ideia Criativa	20
Estratégia de Mídia e Não Mídia	15
Capacidade de Atendimento	15
Repertório	10
Relatos de Soluções de problemas de comunicação	10
Pontuação Máxima Total	100

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

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

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

12. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

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

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

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

a) **desconto inferior a 30% (trinta por cento)** em relação aos preços previstos na tabela referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante, referentes;

b) **percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento)** incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato, bem

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

c) **percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento)** incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material.

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

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

13. DO VALOR, PRAZO, VIGÊNCIA E DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

13.1. Para a prestação dos serviços será contratada 01 (uma) agência, doravante denominada agência licitante ou Contratada, cujo crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício 2026 no valor estimado de até R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais) e correrá por conta da seguinte dotação: 3.3.90.39 – Outros serviços de terceiros de Pessoa Jurídica.

13.2. O prazo de vigência da presente contratação será de 12 (doze) meses, contados da data de assinatura do Contrato, podendo ser prorrogado, a critério da Câmara Municipal, segundo as disposições do artigo 107, da Lei nº 14.133/21 e suas alterações.

14. DAS OBRIGAÇÕES PERTINENTES À LGPD

14.1. Sempre que realizarem algum tipo de tratamento de dados pessoais no âmbito da execução do objeto desta concorrência, as partes deverão observar as normas previstas na Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 (Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD), com suas alterações subsequentes, e as demais normas legais e regulamentos aplicáveis.

14.2. Os dados pessoais ou sensíveis coletados pela licitante em razão do presente contrato não poderão ser utilizados, compartilhados ou tratados de forma não abrangida pelo objeto deste contrato, salvo autorização expressa da Contratante.



Câmara Municipal da Estância Turística de Batatais

ESTADO DE SÃO PAULO

15. DAS INFRAÇÕES E SANÇÕES APLICÁVEIS

15.1 Aplica-se o previsto na Lei 14.133/2021.

16. DISPOSIÇÕES GERAIS

16.1. Esta concorrência será processada e julgada pela Comissão de Contratações, nomeada pela Portaria nº, publicada no Diário Oficial do Município.

Batatais, abril de 2026.

Gabriel Soares Scatolin

Assistente Legislativo - Setor de Compras

Michelle Ayaco Lança

Assistente Legislativo - Gabinete da Presidência

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

1. INFORMAÇÕES GERAIS

Protocolo nº 54646/2025: Contratação de empresa especializada na prestação de serviço de publicidade para realização de atividades integradas que possibilitem o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação, a supervisão da execução externa e na distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.

Área solicitante: Gabinete da Presidência.

Responsáveis pelo planejamento da contratação: Gabriel Soares Scatolin - Assistente Legislativo; Michelle Ayaco Lança - Assistente Legislativo.

O presente estudo tem como escopo analisar os elementos essenciais relacionados à licitação para contratação de serviços de publicidade, prestados por intermédio de agência de propaganda, com vistas a melhor atender às necessidades de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Batatais, bem como promover maior adequabilidade e segurança operacional à execução dos serviços, mitigando eventuais inconsistências com os dispositivos legais e normativos vinculados à matéria.

O Legislativo Batataense, no exercício de sua função institucional, possui o dever de assegurar transparência, publicidade e amplo acesso às informações de interesse público, conforme determina a Constituição Federal e a legislação vigente. Nesse sentido, é imprescindível que os atos oficiais, campanhas e ações institucionais desta Casa sejam divulgados de forma clara, abrangente e eficiente, alcançando toda a população.

Considerando que a comunicação pública exige técnicas especializadas, planejamento estratégico e o emprego de diferentes meios de divulgação, torna-se necessária a contratação de empresa com expertise na área de publicidade e propaganda, que disponha de estrutura técnica e criativa para atender às demandas da Câmara.

Acredita-se que a contratação da agência de publicidade possibilitará:

- A divulgação adequada e tempestiva dos atos oficiais da Câmara Municipal, em cumprimento com o Princípio da Publicidade;
- A veiculação de campanhas de caráter educativo, informativo e de orientação social, alinhadas às necessidades da comunidade local;



- A utilização de meios e linguagens acessíveis e eficazes, de forma a garantir maior alcance e engajamento da população;
- A padronização e modernização da identidade institucional da Câmara, reforçando sua imagem de transparência e credibilidade perante a sociedade;
- A divulgação histórica e cultural dos documentos que descrevem a história do município de Batatais.

Destarte, a contratação de agência de publicidade configura-se como medida indispensável para assegurar a efetividade da comunicação institucional e o fortalecimento da relação entre o Poder Legislativo Municipal e os cidadãos, atendendo ao interesse público de forma legal, ética e eficiente.

2. PREVISÃO NO PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL

O objeto da contratação está previsto no Plano de Contratações Anual – 2026, descrito como Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica, correndo pela verba orçamentária 3.3.90.39, no valor de R\$ 1.139.492,00 (um milhão, cento e trinta e nove mil, quatrocentos e noventa e dois reais), valor previsto para 2026.

3. DISPOSITIVOS LEGAIS E NORMATIVO VINCULADO À CONTRATAÇÃO

- Lei nº 12.232/2010 que dispõe sobre licitações de serviços publicitários pela Administração Pública Federal, Estadual e Municipal;
- Lei nº 14.133/2021, lei geral que dispõe sobre licitações pela Administração Pública;
- Lei nº 4.680/65 que dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda;
- Decreto nº 57.690/66 que regulamenta a aplicação da Lei nº 4.680/65;
- Decreto nº 4.563/2002 que altera o Regulamento aprovado pelo Decreto nº 57.690/66 para a execução da Lei nº 4.680/65;
- Decreto Municipal nº 4466/2023;
- Resolução nº 375/2024.

4. PROCEDIMENTO LICITATÓRIO NA FORMA PRESENCIAL

Mantém-se o procedimento licitatório para a contratação de serviços publicitários, na forma presencial, com a apresentação das Propostas Técnica, de Preços e dos Documentos de Habilitação de forma física.

O parágrafo 2º, do artigo 17, da Lei nº 14.1333/21 dispõe que:

“As licitações serão realizadas preferencialmente sob a forma eletrônica, admitida a utilização da forma presencial, desde que motivada, devendo a sessão pública ser registrada em ata e gravada em áudio e vídeo.”

A manutenção da forma presencial, com apresentação das Propostas Técnica, de Preço e Documentos de Habilitação, justifica-se pela exigência legal quanto à garantia do sigilo na não identificação dos licitantes no Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada, na forma do disposto no inciso IV, do artigo 6º, da Lei nº 12.232/2010.

Cumprir destacar que a grande maioria das administrações públicas, notadamente os municípios brasileiros, ainda não possuem estrutura técnica acessível mediante sistema online apto a garantir, em conformidade com a legislação aplicável, a não identificação dos proponentes pela Subcomissão Técnica na avaliação, julgamento e pontuação no Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada.

O Plano de Contratação Publicitária Via Não Identificada deve ser apresentado de forma apócrifa e sem nenhum elemento que possa identificar o proponente.

O encaminhamento do citado Plano, de forma eletrônica, exige que o órgão ou entidade responsável pela licitação possua condições técnicas de preservar essa não identificação, assegurando a ausência de metadados nos arquivos apócrifos da proposta que possam identificar os licitantes, cuidando da criptografia desses arquivos e os adequando aos formatos digitais dos arquivos exigidos pelo edital.

A Câmara Municipal de Batatais realiza as suas licitações eletrônicas por meio da plataforma “Licita Mais Brasil”, que não dispõe, até o presente momento, desta ferramenta de criptografia apta para o recebimento do Plano de Comunicação Via Não Identificada e, apesar da Casa possuir um Departamento de Tecnologia da Informação extremamente competente e qualificado, não é viável e possível a criação deste mecanismo apenas para a realização de uma licitação, pois demandará tempo e recursos demasiados e, ainda poderá ser alvo de posteriores questionamentos.

Tais motivos fundamentam a decisão de manter, nesta licitação de serviços publicitários, a forma presencial na apresentação das Proposta Técnica e de Preço e nos Documentos de Habilitação.

Outrossim, em atenção às disposições da Lei nº 14.133/2021, as sessões públicas do certame licitatório serão gravadas em áudio e vídeo, além de serem registradas em ata assinada pela Comissão de Licitação e Subcomissão Técnica.

5. SERVIÇO SOB O REGIME DE EXECUÇÃO INDIRETA – NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

Para o desenvolvimento e execução das ações de comunicação da Câmara Municipal de Batatais, entre elas a publicidade de natureza institucional e de utilidade pública, o Legislativo dispõe de orçamento específico previsto no Plano de Contratações Anual – 2026.

A comunicação da Casa baseia-se no princípio constitucional da publicidade, previsto no parágrafo 1º, do artigo 37, da Constituição Federal, que garante o direito da população e o dever do administrador de divulgar os atos praticados pela Administração, a fim de que os cidadãos possam tomar conhecimento e as providências necessárias ao controle da legalidade, da moralidade e da eficiência das atividades legislativas.

Em atenção ao artigo 37, parágrafo 1º, da Constituição Federal, a publicidade dos atos, programas e dos serviços públicos deve ter caráter educativo, informático ou de orientação social e deve estar vinculada a objetivos sociais e de interesse público, cumprindo a importante função institucional de fortalecimento da cidadania e promoção da transparência e do controle social, além da valorização da atuação da Câmara Municipal perante a sociedade.

O Legislativo Batataense conta ainda com um riquíssimo acervo de documentos que remontam a evolução histórica da cidade e contam com a passagem de importantes personalidades brasileiras que passaram por Batatais, como é o caso de Washington Luís, Altino Arantes, dentre outros e que merecem ser apresentados para contar e preservar a imponente histórica da cidade.

Salienta-se que, dentre as ferramentas de comunicação social, a publicidade absorve parte significativa dos investimentos públicos, na medida em que envolve a aquisição de tempo e espaço de mídia nos diversos veículos de comunicação e divulgação, para transmissão das mensagens do Legislativo à toda população.

Para desempenhar esse papel de forma adequada e eficaz, observada a legislação em vigor, em especial a Lei nº 12.232/2010, a Câmara necessita aliar as competências de suas equipes internas à expertise de agência de propaganda contratada por meio de processo licitatório, a qual dispõem dos conhecimentos técnicos, profissionais qualificados e instrumentos capazes de oferecer as melhores soluções publicitárias às necessidades de comunicação apresentadas, com vistas a

contribuir para o atingimento dos objetivos da Casa e a rentabilização dos investimentos e recursos públicos envolvidos no desenvolvimento das ações publicitárias.

A presente licitação visa aprimorar os dispositivos contratuais constantes de modo a promover maior adequabilidade e segurança operacional à execução dos serviços, mitigando eventuais inconsistências com os dispositivos e normativos vinculados à matéria.

6. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

6.1. Identificação do objeto

A Câmara Municipal de Batatais, no cumprimento de suas atribuições legais, entre elas a promoção de publicidade de natureza institucional e de utilidade pública, deve ser atendida com apoio técnico de agência de publicidade a ser contratada por meio de processo licitatório, para a prestação dos serviços publicitários, conceituados nos termos do artigo 2º, da Lei 12.232/2010.

A Constituição Federal e a legislação infraconstitucional reconhecem a relevância da atividade publicitária, na medida em que estabelecem diretrizes para que a Administração Pública dê publicidade aos “atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos” (art. 37, parágrafo 1º, da Constituição Federal), por meio da contratação de agências de propaganda para a prestação de serviços publicitários, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

Os serviços a serem prestados são os relacionados no artigo 2º e parágrafo 1º, da Lei nº 12.232/2010, definidos como:

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

E de acordo com o parágrafo 1º da referida lei,

“nas contratações de serviços de publicidade, poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

I – ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no artigo 3º, desta Lei;

II – à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

III – à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.”

Vale destacar que os serviços aderentes às novas tecnologias somente poderão ser executados como formas inovadoras quando estiverem diretamente relacionados às ações de publicidade desenvolvidas no âmbito da contratação e que eles não estão restritos aos veículos de comunicação e divulgação no meio internet, tendo em vista que as inovações e os formatos não tradicionais que visam potencializar os efeitos das mensagens podem ser concebidos tanto pelas plataformas on-line (redes sociais, mecanismos de busca na internet, etc.), como pelas plataformas off-line (revista, jornal, etc.).

6.2. Modalidade e critério de julgamento

Nos termos da Lei nº 14.133/2021, será adotada a modalidade Concorrência, em face dos serviços a serem contratados, que são de notória especialização e de natureza predominantemente intelectual.

Entende-se pertinente adotar o critério de julgamento de “Técnica e Preço”, considerando que esta corresponde aos anseios deste Legislativo, ao possibilitar a contratação da empresa com a melhor qualificação técnica entre as licitantes concorrentes e a prática do menor preço na execução contratual, através da média ponderada entre as notas atribuídas à Proposta Técnica e à Proposta de Preços, além de atender à disposição do artigo 36, parágrafo 1º, inciso I, da Lei nº 14.133/21, que estabelece que nos serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual, como é o caso dos serviços publicitários, o critério de julgamento deve ser preferencialmente o de “Técnica e Preço”.

Assim, a contratação *in casu* apresenta enquadramento legal com os critérios estabelecidos pela Lei nº 14.133/21 para a adoção do critério de “Técnica e Preço”, conforme disposições do artigo 6º, incisos XV e XVIII, da referida lei, à vista de que este Estudo Técnico Preliminar demonstra que a avaliação e a ponderação da qualidade técnica das propostas que superam os requisitos mínimos estabelecidos no Edital serão relevantes aos fins pretendidos pela Câmara, na licitação para a contratação de serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual.



6.3. Agência a contratar

A licitação seguirá as determinações e os ritos dispostos na Lei nº 12.232/2010 para a contratação de uma agência de propaganda, com a aplicação complementar da Lei nº 14.133/2021.

6.4. Valor da contratação

O valor global da contratação de serviços de publicidade, pelo período de 12 (doze) meses está estimado em até R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais) com base nos dados constantes do Plano de Contratações Anual de 2026.

6.5. Apresentação e julgamento da Proposta Técnica

De acordo com o artigo 6º, inciso IX, da Lei nº 12.232/2010, o formato para apresentação pelas licitantes do Plano de Comunicação Publicitária será padronizado quanto a seu tamanho, fontes tipográficas, espaçamento de parágrafos, quantidades e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes, visando assegurar a inviolabilidade da autoria do quesito mais importante da Proposta Técnica.

A metodologia de julgamento das Propostas Técnicas, que determina a elaboração de justificativas escritas das razões que fundamentam as pontuações, se adequa com as regras da Lei nº 12.232/2010 e da Lei nº 14.133/2021, fornecendo, assim, condições para um controle mais efetivo dos atos da Subcomissão Técnica, pelos órgãos de controle e pelas empresas concorrentes do certame.

A presente contratação estabelecerá a pontuação máxima do quesito Plano de Comunicação Publicitária em 65 (sessenta e cinco) pontos, cabendo pontuações mais elevadas para os subquesitos Estratégia e de Não Mídia e Raciocínio Básico, nessa ordem, por abarcarem as informações mais relevantes do referido Plano.

Para os outros 03 (três) quesitos que compõem a Proposta Técnica, destaca-se a pontuação da Capacidade de Atendimento (pontuação máxima 15 (quinze) pontos), Repertório (pontuação máxima 10 (dez) pontos) e Relatos de Solução de Problemas de Comunicação (pontuação máxima 10 (dez) pontos), que junto com os subquesitos do Plano de Comunicação Publicitária constituem os quatro pilares mais importantes do julgamento das Propostas Técnicas em licitações da espécie.

Visando promover maior praticidade e segurança ao julgamento técnico, também deve ser ajustada a forma estabelecida para referendar os cases publicitários junto aos respectivos anunciantes pelas empresas licitantes, no âmbito do quesito Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação da Proposta Técnica.

Com respaldo na Lei nº 12.232/2010, no seu artigo 6º, inciso X, a presente contratação estabelecerá que as peças constantes dos quesitos Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação devem ter sido implementadas nos últimos cinco anos. Tal exigência busca proporcionar condições isonômicas às agências concorrentes e apoiar o julgamento da Subcomissão Técnica.

6.6. Apresentação e julgamento da Proposta de Preços

Na Proposta de Preços deverão ser observadas as normas estabelecidas pelo Decreto nº 4563/2002 e pelo Fórum de Autorregulação do Mercado Publicitário - CENP, atual denominação do anterior Conselho Executivo das Normas-Padrão da Atividade Publicitária - CENP, que contemplem condições diferenciadas de remuneração para a Administração Pública, nos termos do inciso V, do artigo 6º, da Lei nº 12.232/2010.

De acordo com os referidos dispositivos, nas contratações com o setor público e a depender dos valores que o anunciante pretende investir em mídia, determinadas formas de remuneração de agência podem ser reduzidas, com a concessão de descontos sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, assim como com a redução percentual de honorários sobre produção externa de serviços especiais, incluindo pesquisas, formas inovadoras de comunicação e pela intermediação na contratação de mídia digital, nos casos em que os veículos não remunerem as agências.

Desta feita, diante do valor estimado das compras de tempo e espaço publicitários a serem efetuadas pela Câmara Municipal para a elaboração da Proposta de Preços, as licitantes deverão apresentar seus preços sujeitos à valoração, seja:

- (I) Em relação aos chamados “custos internos” fixados referencialmente pela Tabela de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, com aplicação de desconto;
- (II) Em relação a honorários sobre fornecimento de produtos e serviços especializados, realizados externamente por fornecedores de tais serviços, que gerem ou não veiculação;

- (III) Pela intermediação na contratação de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, bem como à intermediação na criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias e
- (IV) Pela intermediação na contratação de mídia digital, nos casos em que os veículos digitais não remunerem as agências com o desconto de agência.

6.7. Habilitação

Para participarem do presente certame, as licitantes deverão apresentar documentos e declarações que comprovem sua habilitação jurídica, sua regularidade fiscal e trabalhista, sua qualificação técnica e sua qualificação econômico-financeira.

6.8. Comissões de Julgamento

Nos termos da Lei nº 12.232/2010 e da Lei nº 14.133/2021, os trabalhos das diversas fases do certame estarão a cargo de:

- **Comissão (Especial ou Permanente) de Contratação**, a ser constituída e nomeada de acordo com as regras vigentes e designada por esta Câmara Municipal para administrar todo o processo licitatório;

- **Subcomissão Técnica** a ser constituída e designada exclusivamente para o julgamento das Propostas Técnicas, de acordo com o previsto nos parágrafos 1º e 2º, do artigo 10, da Lei nº 12.232/2010, a ser composta por pessoas formadas em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

Conforme prevê a Lei nº 12.232/2010, a presente licitação deverá adotar para a composição da Subcomissão Técnica a quantidade mínima de 03 (três) membros, sendo pelo menos um deles sem vínculo funcional com esta Casa, com base nas experiências positivas vivenciadas em licitações anteriores.

A Câmara Municipal de Batatais se reserva o direito de contratar profissional(is) técnico(s) de notória especialização, nos termos do artigo 75, inciso XIII, da Lei nº 14.133/2021, para compor a Subcomissão Técnica na qualidade de membro(s) externo(s).

Serão adotadas providências para o cadastramento de 09 (nove) nomes a serem submetidos a sorteio dos membros da Subcomissão Técnica, nos termos da Lei nº 12.232/2010, sendo a ordem de suplência sorteada entre os demais nomes remanescentes, para convocação nos eventuais casos de impedimento de algum dos titulares.

A condução dos demais procedimentos licitatórios será de competência da Comissão de Contratação, nos termos da Lei nº 14.133/2021, mais precisamente no seu artigo 6º, inciso L.

6.9. Condições contratuais

As cláusulas dispostas na Minuta do Contrato observarão as determinações da Lei nº 12.232/2010 e buscarão contemplar o maior detalhamento possível das condições a serem estabelecidas no relacionamento com a agência, dadas as características da atividade publicitária e as exigências legais as quais se submetem.

A agência, a partir de sua sede, atenderá a Câmara Municipal de Batatais, estabelecida em território nacional, disponibilizando os profissionais que forem necessários para esse atendimento, sem ter que montar, necessariamente, uma estrutura física neste município, na medida em que a proximidade pode ser adequadamente obtida com os recursos digitais disponíveis que apoiam o atendimento e o relacionamento, sem gerar prejuízos aos serviços prestados.

Todavia, com o objetivo de garantir excelência na prestação dos serviços, além de um profissional de atendimento, devem ser estabelecidos os perfis de profissionais e seus quantitativos para composição de uma equipe mínima no quadro da contratada, para atendimento desta Casa de Leis.

Ressalta-se que a execução contratual poderá ser realizada pelos profissionais da agência, situados em outros Estados, o que agrega uma série de benefícios para a Câmara, em decorrência da expertise diversificada desses profissionais.

Dessa forma, os serviços a serem prestados devem ser claramente estabelecidos no termo contratual, sendo as condições de sua operacionalização definidas pela agência contratada, a seu critério ou em comum acordo, conforme a especificidade de cada serviço.

Será estabelecido um prazo de 5 (cinco) dias úteis, para comprovação dos pagamentos realizados a fornecedores especializados e veículos de comunicação.

O desempenho global da contratada será periodicamente avaliado e a execução dos serviços será acompanhada e fiscalizada pelos gestores e fiscais do contrato, para o fiel cumprimento das cláusulas contratuais.

Com vistas a proporcionar maior controle por parte da Câmara Municipal e segurança no uso dos investimentos públicos, devem ser aperfeiçoados os dispositivos relacionados à comprovação das veiculações, no âmbito da execução contratual, estabelecendo a obrigação de as agências elaborarem relatórios de checagem, como os dados brutos que os originaram.

6.10. Definição e justificativa da natureza continuada do serviço

De acordo com o artigo 6º, inciso XV, da Lei nº 14.133/2021, os serviços prestados de forma continuada são *“serviços contratados e compras realizadas pela Administração Pública para a manutenção da atividade administrativa, decorrentes de necessidades permanentes ou prolongadas.”*

A interrupção da prestação dos serviços de publicidade pode gerar danos à Câmara Municipal pela descontinuidade de atividades estratégicas previstas no planejamento do Legislativo, bem como impor obstáculos à efetivação do princípio da publicidade previsto no artigo 37, *caput*, da Constituição Federal.

É por meio da agência de propaganda a ser contratada que a Câmara obterá os serviços de produção e execução técnica das peças, materiais e projetos publicitários, prestados por fornecedores especializados, com a intermediação e supervisão da agência, bem como que realizará a distribuição dessas peças junto aos veículos de comunicação, nos termos da Lei nº 4.680/65 e da Lei nº 12.232/2010.

Ademais, eventual interrupção dos serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de publicidade impediria o Legislativo, ainda que temporariamente, de cumprir o objetivo estratégico de relacionamento, informação e comunicação com a sociedade.

Assim, considerando a relevância das ações de publicidade no posicionamento institucional da Câmara Municipal, frente aos desafios e aos problemas que se apresentam no dia a dia, entende-se pertinente manter a previsão no edital da possibilidade de prorrogação dos contratos, até o limite decenal, conforme disposições do art. 107, *caput*, da Lei nº 14.133/21.

Vale destacar que a prorrogação dos contratos de publicidade, além de não ferir os dispositivos legais vinculados à matéria, vai ao encontro da jurisprudência do Tribunal de Contas da União – TCU, o qual entende que a definição de um serviço como sendo continuado depende de suas características específicas, ou seja, depende do exame de cada caso concreto.

6.11. Práticas de sustentabilidade como obrigação da contratada

A presente contratação deverá contemplar o conteúdo específico vinculado às práticas de sustentabilidade pelas agências de propaganda, no âmbito da Cláusula de Obrigações da Contratada, da seguinte forma: *“adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução de poluição.”*

6.12. Duração inicial do contrato

A duração inicial do contrato será de 12 (doze) meses, com possibilidade de prorrogação, mediante acordo entre as partes, nos termos da lei, com vistas à obtenção de preços e condições mais vantajosas para a Câmara, limitada ao período decenal, conforme disposto no artigo 107, da Lei nº 14.133/2021, com base na avaliação de desempenho da contratada, realizada periodicamente pela Câmara Municipal.

6.13. Transição contratual com transferência de conhecimento, tecnologia e técnicas empregadas

Considerando que a capacidade técnica das licitantes é um dos quesitos julgados no âmbito do certame, não há, portanto, necessidade de transferência de conhecimento técnico da agência de propaganda ao término do contrato, já que ele é condição primordial para a sua contratação.

6.14. Requisitos especificados que limitam a participação de fornecedores

A contratação em questão não envolve a especificação prévia dos produtos e serviços a serem prestados no decorrer da execução contratual.

Nos termos do artigo 6º, da Lei nº 12.232/2010 o instrumento convocatório dessa licitação não exigirá projeto básico ou executivo, uma vez que tais elementos são substituídos pelo briefing a ser apresentado pela Câmara Municipal, com dados para o desenvolvimento de uma campanha publicitária simulada, como forma de avaliação técnica das licitantes.

Por outro lado, a Lei nº 12.232/2010 determina que a prestação de serviços de publicidade deve ocorrer, necessariamente, por meio de agência de propaganda.

7. ESTIMATIVAS DAS QUANTIDADES, ACOMPANHADAS DAS MEMÓRIAS DE CÁLCULO E DOS DOCUMENTOS QUE LHE DÃO SUPORTE

A contratação dos serviços publicitários não envolve a quantificação prévia e estimada dos produtos e serviços a serem executados no decorrer da execução contratual.

Diferentemente dos serviços de natureza comum, que são constituídos por tarefas que podem ser executadas mecanicamente ou segundo técnicas, protocolos e métodos pré-estabelecidos e conhecidos, para os quais caberia a modalidade pregão em sua contratação, os serviços de publicidade possuem natureza intelectual, na medida em que a sua contratação envolve, basicamente, a expertise das agências de propaganda na proposição das soluções publicitárias mais adequadas para atingimento dos objetivos de comunicação estabelecidos em cada demanda.

Como os serviços publicitários não são previamente estabelecidos no instrumento editalício, serão eles realizados durante a vigência do contrato administrativo, para criação, desenvolvimento, produção e veiculação de peças e campanhas publicitárias a critério da necessidade e conveniência da Câmara, motivo porque não há possibilidade de que seja estimado previamente um quantitativo de produtos e serviços a serem prestados no decorrer da execução contratual, que depende diretamente de cada solução publicitária aprovada.

O planejamento estratégico de comunicação da Câmara Municipal de Batatais também não é capaz de fornecer subsídios para um levantamento prévio dos quantitativos estimados dos produtos e serviços a serem executados, na medida em que esses dependem das linhas criativas e das estratégias de comunicação a serem propostas pela contratada, no âmbito do desenvolvimento de cada campanha. Por outro lado, a publicidade também é uma ferramenta utilizada por esta Casa de Leis para apoiar a superação dos desafios de comunicação enfrentados diariamente pelo Poder Legislativo, os quais estão sujeitos às imprevisibilidades do cenário político, econômico e social.

8. LEVANTAMENTO DE MERCADO E JUSTIFICATIVA DA ESCOLHA DO TIPO DE SOLUÇÃO A CONTRATAR

O objeto do contrato de serviços de publicidade encontra-se claramente definido no artigo 2º, da Lei nº 12.232/2010.

Dessa forma, a solução a ser contratada atende plenamente às necessidades da Câmara Municipal e está disciplinada pela referida lei, sendo a publicidade uma das ferramentas de

comunicação social reconhecidamente utilizada pela Administração Pública em sua política de comunicação.

No âmbito da presente contratação, foi realizada pesquisa sobre as formas de remuneração e de preços praticados por empresas do mercado, na forma de percentual de honorários incidentes sobre o volume de investimento aplicado na ação, com vistas a fundamentar a definição do percentual máximo de honorários, a ser aceito no âmbito do certame, pela utilização também de formas inovadoras em plataformas digitais, que constitui uma das atividades complementares ao objeto do contrato, previstas na Lei nº 12.232/2010.

9. ESTIMATIVAS DE PREÇOS OU PREÇOS REFERENCIAIS

A contratação dos serviços publicitários não envolve o levantamento prévio das estimativas de preços dos produtos e serviços a serem praticados no decorrer da execução contratual.

A agência a ser contratada será remunerada na forma estabelecida pelo Edital e pela Minuta do Contrato Administrativo, com base nos preços de mercado estabelecidos referencialmente pelas Normas-Padrão da Atividade Publicitária e anteriormente referida.

No decorrer da execução contratual, o fornecimento de bens e serviços por terceiros especializados exigirá a apresentação pelas agências contratadas, de no mínimo 03 (três) orçamentos obtidos entre pessoas, físicas ou jurídicas, previamente cadastradas pela Câmara Municipal de Batatais, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, nos termos do artigo 14, da Lei nº 12.232/2010.

Na contratação de veículos de comunicação e divulgação para distribuição das peças publicitárias desenvolvidas no âmbito de uma campanha, serão praticados os valores constantes das respectivas tabelas de preços, aplicados os descontos negociados com a Câmara Municipal conforme prevê o artigo 15, da Lei nº 12.232/2010.

Foi estimado o valor da contratação de até R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais), consideradas as necessidades de comunicação a serem atendidas no decorrer da execução contratual, em termos de volume, porte e abrangências das demandas potenciais.

Utilizou-se também como referência valores investidos em publicidade por outras entidades públicas, como a Câmara Municipal de Parelhas-RN no valor de R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) identificação no PNCP 10872505000108-1-000050/2025, homologada em 20/08/2025; a Câmara Municipal de Senador Canedo-GO no valor de R\$ 700.000,00 (setecentos mil reais) identificação no PNCP 04418115000151-1-000042/2025, homologada em 25/06/2025 e Câmara

Municipal de Cruz das Almas-BA, no valor de R\$ 600.000,00 (seiscentos mil reais) identificação no PNCP 13863519000145-1-000019/2025, homologada em 04/07/2025.

Ressalta-se que uma comunicação eficiente é essencial para manter o público destinatário informado sobre serviços, programas e iniciativas desta entidade.

10. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

Nos termos do artigo 2º, da Lei nº 12.232/2010, o objeto do contrato de serviços de publicidade envolve:

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

O parágrafo 1º, do artigo 2º da lei supramencionada, estabelece que nessas contratações possam ser incluídos os seguintes serviços especializados, como atividades complementares:

“I – ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no artigo 3º, desta Lei;

II – à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

III – à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.”

De acordo com o parágrafo 2º, do mesmo artigo, os contratos de serviços de publicidade terão como objeto somente as atividades descritas acima, sendo vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

Quanto às pesquisas e avaliações previstas no inciso I, acima descrito, o artigo 3º da mesma lei torna passível de execução apenas àquelas que tenham finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação, além de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas na execução contratual, sendo vedada a inclusão

de qualquer matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação de publicidade ou com o objeto do contrato.

Com vistas a resolver o problema de uma divulgação eficiente, precisa, tempestiva e de forma uniformizada, cogitou a realização de tais atos por meio da execução direta, ou seja, por meio da contratação de um profissional técnico especializado no ramo, tanto que, foi criado o cargo de Assessoria de Imprensa e no concurso realizado pela Câmara Municipal de Batatais em 2023, o referido cargo foi preenchido, contudo, por mais capacitada que seja a servidora que ocupa tal função, as publicações e a divulgação institucional tem sido feito de forma orgânica, o que limita o alcance e não cumpre com a sua finalidade, que é a propagação ao maior número possível de pessoas.

Outro ponto analisado foi a contratação de serviços pontuais de comunicação, no entanto, não atende plenamente às necessidades, pois comprometeria a unidade da comunicação institucional e poderia gerar custos maiores, além de correr o risco de haver qualquer apontamento por parte do Controle Externo pela fragmentação da contratação e não planejamento adequado do órgão, além de uma possível infração da lei que tutela contratação dos serviços publicitários pela Administração Pública.

Por outro lado, a contratação de uma agência de publicidade se apresenta como a alternativa mais adequada, pois garante planejamento estratégico, padronização, eficiência na produção de materiais e otimização de custos com a centralização da demanda, além de garantir que as matérias/notícias se propaguem de maneira mais abrangente e eficiente, cumprindo, assim, os requisitos legais estatuídos para tal contratação.

Desta forma, a partir dos estudos realizados, constata-se que, para a descrição da solução como um todo, pode-se afirmar que a propensa contratação será operacionalizada nos moldes até aqui estabelecidos pela Câmara com destaque aos pontos abaixo discriminados:

- a) Prazo de 05 (cinco) dias úteis para fins de comprovação, pela agência contratada, dos pagamentos realizados a fornecedores especializados e veículos de comunicação e divulgação;
- b) Inclusão de obrigação à agência contratada de prever em seus contratos com empresas independentes de checagem o acesso da Câmara Municipal de Batatais aos relatórios e dados brutos que os originaram;
- c) Exclusão da exigência da contratada em manter estrutura física no Município de Batatais/SP;
- d) Eventual readequação dos perfis e quantitativos de profissionais para composição de uma equipe mínima no quadro das contratadas, para atendimento imediato e permanentemente da Câmara Municipal de Batatais.

11. JUSTIFICATIVAS PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA SOLUÇÃO, QUANDO NECESSÁRIO PARA A INDIVIDUALIZAÇÃO DO OBJETO

O parcelamento do serviço objeto deste Edital não se mostra tecnicamente viável, uma vez que é mais satisfatória a unicidade, do ponto de vista da eficiência técnica e da padronização, por manter a qualidade do serviço, já que planejamento e execução permanecem a cargo da mesma agência de publicidade. Visa-se também a garantia da unidade no trabalho de comunicação desenvolvido, pois os serviços listados são complementares na realização do serviço de comunicação integrada, não sendo assim objetos divisíveis, de naturezas distintas, que justifiquem uma separação por lotes com vistas à ampliação da competitividade.

Os serviços de publicidade são realizados pela agência de forma integrada, ou seja, estudo, concepção, criação de peças e campanhas publicitárias e intermediação na contratação de serviços especiais de publicidade, inclusive de pesquisas e formas inovadoras de comunicação, além de contratação de mídia.

Em conformidade com o disposto no artigo 2º, da Lei nº12.232/2010:

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

Assim, caberá à única agência contratada, de forma integrada, responder ao contratante pelas atividades elencadas no normativo, desde os estudos iniciais até a divulgação das ações pretendidas. Não se aplica, portanto, a possibilidade de parcelamento da solução no caso concreto de contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade de natureza continuada.

Portanto, a contratação dos serviços especializados prestados por fornecedores da agência, previstos no artigo 2º, parágrafo 1º, incisos I a II, da supracitada lei, não caracteriza fracionamento da solução. A execução externa de partes complementares do objeto (produção e veiculação) é efetuada mediante intermediação da agência contratada, por conta e ordem do contratante, isto é, da Câmara Municipal de Batatais.

Destarte, revela-se desnecessária a divisão da conta publicitária em lotes, como é eventualmente adotado por Prefeituras, em função de suas diversas Secretarias, uma vez que a demanda do Legislativo é determinada de uma forma global.

12. DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS PRETENDIDOS EM TERMO DE ECONOMICIDADE E DE MELHOR APROVEITAMENTO DOS RECURSOS HUMANOS, MATERIAIS OU FINANCEIROS DISPONÍVEIS

Com a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, o Poder Legislativo Batataense pretende desempenhar, com maior eficiência, sua atribuição de orientar, assim como concretizar seu objetivo estratégico de relacionamento e comunicação com a sociedade, divulgando as ações desenvolvidas por este órgão.

Ao desenvolver uma publicidade mais assertiva, a Câmara Municipal também ampliará a eficiência do orçamento destinado para esse fim, o que caracteriza uso responsável dos recursos públicos.

Ressalta-se que a expertise da agência contratada, com profissionais qualificados e instrumentos capazes de oferecer as melhores e mais inovadoras soluções publicitárias para apoiar a atuação da Câmara, aliada com as dinâmicas de execução dos serviços previstas no instrumento contratual, possibilitam maior celeridade ao desenvolvimento da publicidade institucional da Casa e, conseqüentemente, melhor atendimento das necessidades de comunicação no enfrentamento dos desafios institucionais vivenciados no dia a dia.

A agência de propaganda contratada tornar-se-á responsável pela intermediação e supervisão da contratação corriqueira de fornecedores especializados para produção e execução das peças e materiais publicitários desenvolvidos no decorrer da execução contratual, bem como a contratação dos diversos veículos de comunicação e divulgação utilizados para disseminação das mensagens.

Nesse trabalho, a Câmara Municipal prioriza o atingimento dos objetivos de comunicação estabelecidos para cada campanha, buscando atingir o maior número de público possível com as mensagens mais adequadas, com vistas a concorrer pela atenção e pelo entendimento do cidadão, frente ao imenso volume de conteúdos divulgados pela iniciativa privada e dos espaços publicitários exíguos.

E a expertise técnica da agência de propaganda contratada em processo licitatório apoia a equipe interna da Casa por meio da proposição das estratégias de comunicação mais adequadas e assertivas para composição da equação: o que dizer, como dizer, o que ressaltar, quando dizer, onde dizer, quanto investir.

Além de caracterizar um direito do cidadão e um dever da administração em divulgar seus atos, medidas e a destinação dos recursos públicos, a publicidade cumpre ainda o importante papel

de orientar, educar e mobilizar a população para que a mesma possa usufruir dos serviços colocados à disposição ou adotar posturas positivas que tragam benefícios reais para a vida em sociedade.

Dessa forma, com a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, a Câmara Municipal pretende agregar maior adequabilidade, qualidade e eficiência ao processo de implementação da política de comunicação deste município, trazendo maior transparência aos atos de gestão, além de contribuir para maior efetividade do exercício da cidadania e participação pela população.

13. PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS PELA CÂMARA PREVIAMENTE À CELEBRAÇÃO DO CONTRATO

Como medida prévia à celebração do contrato, a Câmara procederá à designação formal da Equipe de Fiscalização e Gestão do contrato, composta por servidores capacitados para acompanhar a execução dos serviços, garantir o cumprimento das obrigações contratuais e zelar pela adequada aplicação dos recursos públicos.

A equipe será responsável pelo monitoramento da qualidade dos serviços prestados, pelo controle dos prazos e pela verificação da conformidade das entregas com as especificações contratuais, assegurando que a contratação atenda aos princípios da eficiência, economicidade e transparência na gestão pública.

14. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

Não há contratações correlatas ou interdependentes vinculadas à prestação dos serviços de publicidade objeto deste Estudo Técnico Preliminar. A execução do contrato ocorrerá de forma autônoma, sem dependência direta de outras contratações pela Câmara, para seu pleno cumprimento.

Por outro lado, também contratações correlatas ou interdependentes não se aplicam na medida em que, de acordo com as dinâmicas contratuais, a agência de propaganda ficará responsável pela intermediação e supervisão da contratação de fornecedores especializados e de veículos de comunicação e divulgação necessários para o desenvolvimento das ações de publicidade, por ordem e conta da Câmara Municipal.

15. DESCRIÇÃO DE POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS E RESPECTIVAS MEDIDAS MITIGADORAS, INCLÚIDOS REQUISITOS DE BAIXO CONSUMO DE ENERGIA E DE OUTROS RECURSOS, BEM COMO LOGÍSTICA REVERSA PARA DESFAZIMENTO E RECICLAGEM DE BENS E REFUGOS, QUANDO APLICÁVEL

A execução dos serviços de publicidade objeto deste Estudo Técnico Preliminar não gera impactos ambientais relevantes, uma vez que não envolve atividades que resultem em degradação ambiental, consumo significativo de recursos naturais ou geração de resíduos que exijam medidas mitigadoras.

Dessa forma, não se faz necessária a adoção de requisitos específicos relacionados ao consumo de energia, logística reversa ou reciclagem de bens e refugos, considerando a natureza intangível dos serviços a serem contratados, contudo, para o bom atendimento das melhores práticas de sustentabilidade ambiental no âmbito das contratações públicas, a presente contratação poderá, sem restrição do caráter competitivo do certame, seguir as normas e diretrizes de sustentabilidade ambiental, apuradas nas demais normas dos órgãos e entidades reguladores do tema.

16. PROCEDIMENTO CONCLUSIVO SOBRE A ADEQUAÇÃO DA CONTRATAÇÃO PARA O ATENDIMENTO DA NECESSIDADE A QUE SE DESTINA

Considerando que a contratação de uma agência especializada é essencial para potencializar os esforços de comunicação da Câmara Municipal de Batatais, garantindo que as ações do Legislativo cheguem ao conhecimento da população de forma clara, acessível e inovadora;

Considerando que se trata de um investimento na transparência, na participação social, no efetivo direito à cidadania e no fortalecimento da imagem institucional desta entidade;

Considerando que a Câmara observa rigorosamente todos os dispositivos legais e normativos vinculados à matéria, minimizando eventuais riscos de questionamentos por parte de órgãos de controle e auditoria;

Considerando que o objeto da contratação é compatível com as competências institucionais desta Casa, que possui em sua estrutura interna uma área técnica preparada para a condução dos serviços a serem prestados por intermédio da agência de propaganda, bem como para a gestão e fiscalização do contrato;

Considerando o diagnóstico atual exemplificado neste estudo;

Conclui-se que a solução escolhida - realização de Concorrência Presencial - é viável para o



Câmara Municipal da Estância Turística de Batatais

ESTADO DE SÃO PAULO

atendimento das necessidades aqui expostas, e que será utilizado orçamento específico alocado no Plano de Comunicação, sob responsabilidade da Câmara Municipal, para esse fim.

Batatais, abril de 2026.

GABRIEL SOARES SCATOLIN

Assistente Legislativo - Setor de Compras

MICHELLE AYACO LANÇA

Assistente Legislativo - Gabinete da Presidência



ANEXO IV – BRIEFING TÉCNICO

1. IDENTIFICAÇÃO

Contratante: Câmara Municipal de Batatais

Objeto: Contratação de agência de publicidade e propaganda para prestação de serviços técnicos especializados de publicidade institucional, compreendendo o estudo, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.

2. DA INTRODUÇÃO

A Câmara Municipal de Batatais reconhece a importância da comunicação institucional como ferramenta fundamental para aproximar o Poder Legislativo da população, principalmente nos tempos atuais em que a informação está a um clique da mão, de forma instantânea e fácil. Reconhecidamente a transparência e a participação cidadã são pilares essenciais da gestão pública, e a publicidade institucional desempenha um papel estratégico e fundamental na promoção desses valores.

Com base na Lei nº 12.232/2010, que regulamenta a contratação de serviços de publicidade pela Administração Pública e na Lei nº 14.133/2021, que estabelece as normas gerais de licitação e contratação, esta campanha visa garantir que a sociedade tenha ampla acesso às informações sobre as ações legislativas e os serviços prestados pela Câmara.



A presente campanha publicitária tem como finalidade divulgar as atividades do Legislativo Municipal, promovendo maior engajamento da população nos debates e decisões que impactam diretamente a cidade. A estratégia de comunicação será conduzida de forma clara, acessível e inclusiva, respeitando os princípios da impessoalidade, transparência e eficiência na gestão dos recursos públicos.

Além disso, todas as ações e conteúdos desenvolvidos devem estar alinhados às normas legais vigentes e aos princípios da publicidade institucional, evitando qualquer caráter promocional e garantindo que a informação veiculada seja de interesse coletivo e de utilidade pública.

2.1. A importância da comunicação para o Poder Legislativo Municipal

2.1.1. A informação gera conhecimento

A comunicação social é uma ferramenta indispensável para qualquer instituição pública, pois garante o direito fundamental do cidadão à informação de um Poder Legislativo transparente e tal acessibilidade fortalece a democracia e gera conhecimento, permitindo que a população compreenda e participe ativamente das decisões que impactam sua vida.

2.1.2. A necessidade de comunicação

O Poder Legislativo Batataense desempenha um papel central na formulação de políticas públicas, na criação e revisão de leis e na fiscalização das ações do Executivo. A publicidade institucional, além de prestar contas à sociedade sobre as atividades legislativas, deve garantir a transparência e estimular o engajamento dos cidadãos. Dessa forma, a comunicação eficaz e direcionada solidifica a relação entre a Câmara Municipal

e a população, ampliando a participação popular e garantindo maior legitimidade às decisões tomadas.

2.1.3. Profissionalizando a Comunicação

O estabelecimento de canais de diálogo eficientes com a população exige planejamento estratégico e execução profissional. Para que a comunicação institucional cumpra seu papel de forma eficaz, é necessário contar com profissionais especializados e utilizar as melhores práticas de publicidade e marketing. Por essa razão, a contratação de uma agência de publicidade, por meio de licitação, possibilita a otimização dos recursos e a criação de campanhas mais eficazes, alinhada às diretrizes institucionais e às necessidades da população.

2.1.4. Comunicação com a população

O município de Batatais está localizado a 355km a noroeste da capital do Estado de São Paulo, sendo parte da Região Metropolitana de Ribeirão Preto e da microrregião de Batatais. Com uma área de 851 km², o município abriga uma população de aproximadamente 59.939 habitantes. Além disso, Batatais é reconhecida como uma Estância Turística, um dos 29 municípios paulistas que alcançaram esse status devido ao cumprimento dos pré-requisitos estabelecidos por Lei Estadual.

Com demandas crescentes por serviços públicos e políticas de desenvolvimento urbano e social, é imprescindível que a população tenha acesso a informações claras e confiáveis sobre o funcionamento da Câmara Municipal, seus projetos, sua atuação na defesa dos interesses coletivos e a informação sobre o contexto histórico de que a Câmara faz parte, com seus documentos, mobiliários e instalações.



3. OBJETIVOS DA CAMPANHA

A campanha tem como objetivo principal fortalecer a imagem institucional da Câmara Municipal de Batatais e garantir que os cidadãos compreendam e acompanhem o trabalho do Poder Legislativo. Para isso, busca-se:

- Incentivar a participação popular em audiências públicas e consultas populares;
- Divulgar as ações da Câmara Municipal, tornando mais acessíveis informações sobre leis, projetos e debates;
- Fortalecer a transparência e a credibilidade do Legislativo;
- Fomentar o acesso aos canais oficiais de comunicação (site, redes sociais, rádio, tv e atendimento presencial);
- Garantir que a linguagem e os meios de divulgação sejam acessíveis e inclusivos, atendendo públicos diferentes;
- Divulgar a história do Município por meio de documentos que compõem o acervo histórico da Casa.

4. PÚBLICO-ALVO

A campanha é direcionada a todos os cidadãos batataenses, com foco especial:

- Jovens e adultos interessados em política e participação cidadã;
- Lideranças comunitárias e instituições locais do terceiro setor;
- Jornalistas e formadores de opinião.

5. FUNDAMENTAÇÃO LEGAL

A campanha observará o disposto em:

- **Lei nº 12.232/2010**, que regulamenta as licitações e contratações de serviços de publicidade prestados por agências de propaganda;

- **Lei nº 14.133/2021** (Nova Lei de Licitações e Contratos Administrativos);
- **Lei nº 4.680/1965** e **Decreto nº 57.690/1966**, que dispõem sobre o exercício da profissão publicitária e as atividades das agências de propaganda;
- Demais normas e princípios da Administração Pública, especialmente os da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.

Deverá garantir, ainda que:

- Não haja promoção pessoal de agentes públicos;
- A publicidade tenha caráter educativo, informativo ou de orientação social;
- As ações sejam transparentes e acessíveis ao cidadão;
- Seja respeitado o controle dos gastos públicos.

6. RESPONSABILIDADES DA AGÊNCIA CONTRATADA

A agência responsável pela execução da campanha deverá:

- Desenvolver a estratégia de comunicação, criando conteúdos conforme as diretrizes desse Briefing;
- Gerenciar a veiculação das peças publicitárias, garantindo alcance efetivo;
- Fornecer relatórios de desempenho detalhados sobre a campanha;
- Garantir a conformidade da publicidade com as normas legais vigentes.

7. CANAIS E FORMATOS DE VEICULAÇÃO

Para garantir ampla divulgação, a campanha será veiculada nos seguintes canais:

7.1. MÍDIAS DIGITAIS

- Postagens diárias em redes sociais (Instagram, Facebook, Threads, Tik Tok e YouTube);
- Produção de vídeos curtos e infográficos explicativos;
- Inserções sobre a realização das sessões ordinárias, extraordinárias e audiências públicas;
- Anúncios pagos para ampliação do alcance da campanha;
- Site institucional com conteúdo exclusivo e materiais de apoio;
- Apoio técnico com equipamentos (câmeras, microfones, iluminação, mesa de corte, edição, etc).

7.2. RÁDIO E TV

- Spots de 30 e 60 segundos nas principais rádios locais;
- Comerciais de TV e inserções jornalísticas em programas de notícias;
- Inserções sobre a realização das sessões ordinárias, extraordinárias e audiências públicas em pelo menos uma rádio local.

7.3. MÍDIA EXTERIOR

- Outdoors, painéis eletrônicos, *busdoors* e banners em pontos estratégicos da cidade;
- Cartazes informativos em escolas, postos de saúde e órgãos públicos.

7.4. MÍDIA IMPRESSA

- Postagem semanal em jornais impressos local;
- Criação de cartilhas, folders e folhetos.



8. DA COMUNICAÇÃO

8.1. O QUE A CÂMARA MUNICIPAL DE BATATAIS ESPERA DA COMUNICAÇÃO

A Câmara Municipal de Batatais espera que a comunicação seja um elo sólido entre os legisladores e a sociedade que representam. A transparência é fundamental: é crucial que as ações e decisões dos legisladores sejam claramente comunicadas aos cidadãos, de modo a construir confiança e promover um entendimento mútuo.

Além disso, a comunicação eficaz deve ser acessível e inclusiva, alcançando todos os segmentos da população. Isso envolve utilizar diferentes canais e formatos para garantir que as informações sobre projetos de lei, debates e audiências sejam compreensíveis e facilmente acessíveis a todos os interessados.

A Câmara Municipal de Batatais também valoriza a comunicação como uma via de mão dupla, encorajando o feedback e a participação ativa dos cidadãos no processo legislativo. Ouvir as preocupações, sugestões e críticas da comunidade é essencial para que os legisladores possam representar verdadeiramente os interesses e necessidades de seus eleitores.

Destarte, a comunicação do Legislativo Batataense deve ser ética e responsável, baseada em fatos e na verdade. Isso contribui para fortalecer a credibilidade das instituições democráticas e para o fortalecimento da cidadania como um todo.

Em suma, a Câmara Municipal de Batatais espera que a comunicação seja um instrumento poderoso para promover a transparência, o acesso à informação, a inclusão e

a participação cidadã, fortalecendo assim o vínculo entre representante e representados em prol do bem comum e do progresso da sociedade.

8.2. PREMISSAS

Nesse sentido a comunicação da Câmara Municipal de Batatais deve levar em conta as seguintes premissas e constatações:

O Poder Legislativo é o instrumento democrático que viabiliza a participação da comunidade nos destinos de uma cidade, Estado ou país.

Atualmente a Câmara Municipal de Batatais conta com 15 (quinze) Vereadores e é responsável pela representação dos interesses e anseios dos conquistantes, assumindo as seguintes funções:

- **Elaboração de leis** – a função típica de uma Câmara Municipal é a criação de leis. Os legisladores propõem, debatem, emendam e aprovam projetos de lei que regulam diversos aspectos da vida pública e privada, abrangendo desde questões fiscais e econômicas até direitos civis, saúde, educação, segurança pública, entre outros.
- **Fiscalização do Executivo** – dentre as suas funções típicas a Câmara Municipal de Batatais exerce o papel de fiscalização sobre o Poder Executivo. Isso inclui a avaliação das políticas públicas implementadas pelo governo, a análise e aprovação do orçamento público, a investigação de irregularidades administrativas e a responsabilização de autoridades governamentais quando necessário;
- **Representação dos Cidadãos** – os Vereadores que compõem a Câmara Municipal de Batatais são eleitos democraticamente, por meio do voto direto e secreto, para representar os interesses e preocupações dos cidadãos que os elegeram. Eles atuam como porta-vozes da população, ouvindo suas demandas, propondo soluções

legislativas e participando de debates que refletem a diversidade de opiniões e necessidades da sociedade;

- **Deliberação e debate** – as audiências e sessões públicas são espaços de deliberação e debate público, onde os legisladores discutem ideias, apresentam argumentos a favor ou contra propostas de lei, e buscam consenso para a aprovação de medidas que prestigiem o bem-estar coletivo;
- **Educação Cívica** – A Câmara desenvolve, também, um papel educativo ao informar e engajar os cidadãos sobre o funcionamento do governo e do processo legislativo. Isso inclui a realização de audiências públicas, a divulgação de informações sobre projetos de lei e o incentivo à participação ativa da sociedade civil na formulação de políticas públicas.
- **Mediação de Conflitos** – em situações de disputa política ou conflito de interesses, a Câmara Municipal serve como um espaço para o diálogo e a negociação, buscando soluções que conciliem diferentes perspectivas e interesses, visando sempre o bem comum da sociedade.

A Câmara Municipal de Batatais realiza todas as primeiras e terceiras terça-feira do mês sessões ordinária abertas ao público, nas quais os Vereadores apresentam, debatem e aprovam projetos de lei e demais normas que impactam direta e indiretamente na vida da população e no dia-a-dia do Município; realiza também, sempre convocadas obrigatoriamente com antecedência mínima de **48 (quarenta e oito) horas**, sessões extraordinárias, com pauta determinada.

A Câmara mantém, ainda, a previsão de que as Comissões Permanentes, Comissões Especiais ou que qualquer Vereador solicite a realização de audiências públicas, de assuntos extremamente relevantes, para que os cidadãos possam participar dos debates com Vereadores e, geralmente, Secretários Municipais e autoridades do assunto, fazendo sugestões e questionamentos sobre as decisões da Casa.



Há também a realização de Fóruns e Ciclo de Debates em que por meio da proposição de algum Vereador, a população é convidada a discutir sobre algum assunto relevante e levantar alternativas para a melhoria do Município como um todo.

A Câmara Municipal de Batatais conta, ainda, com um Espaço Cultural Legislativo, que funciona em prédio alugado ao lado do Prédio Principal e Anexo, local em que são realizadas constantes exposições, palestras e demonstrações culturais.

A Casa Legislativa, possui também, um riquíssimo acervo de documentos, mobílias e o próprio prédio que refletem a história de formação do município e que serve constantemente de base para diversos trabalhos acadêmicos e para a concessão de pedidos de cidadanias estrangeiras.

Nesse sentido, é preciso estimular a população a participar e interagir com os Vereadores, sugerindo ideias e questionando propostas que interferem efetivamente na vida dos munícipes e usufruindo dos diversos tipos de informações que a Casa pode proporcionar.

8.3. OBJETIVOS DA COMUNICAÇÃO

Com o advento das tecnologias facilitando o acesso de um maior número de pessoas a informações em tempo real, a Câmara precisa investir de forma clara e planejada na ampliação de sua visibilidade e no fortalecimento de sua imagem institucional.

É necessário desmistificar a imagem que algumas pessoas tem em relação a figura dos políticos, vinculando a ação desses maus agentes políticos com a imagem de todo o Poder Legislativo.



Assim, a comunicação publicitária é ferramenta fundamental para amplificar o alcance da informação, dando mais transparência aos atos do poder público e garantindo o acesso efetivo a informação verídica e em tempo real.

Salienta-se que transparência não é apenas disponibilizar dados, mas fazê-lo em linguagem clara e acessível a toda a sociedade, convocando a sociedade para, ativamente, participar dos rumos da cidade. Dar acesso, de forma facilitada aos trabalhos legislativos, e auxiliando na fiscalização dos atos públicos, ou seja, tornando o cidadão parte do processo de fiscalização, abrindo novas janelas de transparência e aumentando a confiança nos seus representantes eleitos.

Para garantir uma comunicação eficiente, a campanha deve:

- Utilizar linguagem acessível e inclusiva, sem jargões políticos complexos;
- Priorizar abordagens dinâmicas e interativas, com conteúdo visual atrativo;
- Manter uniformidade visual nas peças publicitárias (cores, fontes e elementos gráficos).

8.4. EXPLICANDO A MISSÃO DA CÂMARA MUNICIPAL DE BATATAIS

A missão da Câmara Municipal de Batatais é fundamental para o exercício da cidadania, para a efetivação da democracia e para a representação dos interesses da população do município. Esse órgão legislativo desempenha um papel imprescindível na criação, revisão e implementação das leis que governam e direcionam a sociedade. Sua principal responsabilidade é garantir que as leis sejam justas, equitativas e reflitam os valores e necessidades da comunidade que representam.

Além de legislar, a Câmara também exerce funções de fiscalização, monitorando a atuação do Poder Executivo para garantir transparência, eficiência, economia e responsabilidade no uso dos recursos públicos. Através de comissão parlamentares,

investigações e debates, os legisladores asseguram que os interesses dos cidadãos sejam protegidos e que as políticas governamentais sejam eficazes e benéficas para todos.

Outro aspecto primordial da missão institucional do Legislativo é servir como um fórum de representação democrática, onde diferentes pontos de vista e interesses podem ser debatidos de forma construtiva. Os legisladores atuam como porta-vozes dos cidadãos, ouvindo suas preocupações e necessidades e trabalhando para traduzi-las em políticas e legislação concretas.

Por tutelar um importante conjunto de documentos que demonstram a formação, o crescimento e a urbanização de Batatais, se configura em uma importante fonte de informações e de preservação do patrimônio histórico e cultural da cidade, sendo responsável pela sua preservação e divulgação.

8.5. A IMPORTÂNCIA DE PARTICIPAR DAS DECISÕES LEGISLATIVAS

As leis e políticas públicas afetam diretamente a vida cotidiana. Desde o transporte público que usamos até a qualidade da educação e saúde que recebemos, tudo é influenciado por decisões legislativas. Participar ativamente desse processo é fundamental para garantir que seus interesses e necessidades sejam considerados. Podemos apontar alguns motivos pelos quais a participação da população é essencial:

- **Exercício da cidadania** – participar das decisões legislativas é um dos pilares da cidadania. Ao se envolver, é possível exercer o direito de influenciar o rumo das políticas públicas e a criação de leis que impactam toda a vida em sociedade;
- **Fortalecimento da democracia** – uma democracia saudável depende da participação ativa dos cidadãos. Quando mais pessoas se envolvem, o processo legislativo se torna mais representativo e legítimo. Isso garante que as leis reflitam a diversidade de opiniões e necessidades da população.

- **Transparência e prestação de contas** - a presença ativa dos cidadãos nas atividades legislativas promove maior transparência, esclarecimentos e responsabilização dos representantes eleitos. Quando sabem que estão sendo observados e que a população está atenta e colaborativa, os legisladores tendem a agir com mais integridade e responsabilidade.
- **Defesa dos direitos e interesses** – Ao participar de audiências públicas, consultas populares e outros espaços de diálogo, cria-se a oportunidade de defender direitos e interesses. A voz popular pode influenciar decisões importantes que afetam diretamente o bem-estar e a qualidade de vida da população.
- **Educação e conscientização** - Envolver-se no processo legislativo proporciona uma compreensão mais profunda de como o Poder Legislativo funciona e como as decisões são tomadas. Isso não só aumenta o conhecimento cívico, mas também empodera para agir de maneira mais informada e eficaz em outras áreas da vida pública.

8.6. A IMPORTÂNCIA DE CONHECER O CONTEXTO HISTÓRICO DA CIDADE

A preservação histórica de formação estrutural e pessoal do Município é uma importante ferramenta para a compreensão de como a sociedade é atualmente constituída, seus costumes, suas lembranças nostálgicas de edificações e personalidades reconhecidas e respeitadas até os dias atuais.

O acervo histórico mantido pela Câmara Municipal de Batatais contempla documentos originais desde 1838, além de plantas de prédios reconhecidos arquitetonicamente, além de ter sido o marco para carreiras políticas exponencialmente reconhecidas.



Dentre esses diversos documentos há um robusto conjunto de informações de imigrantes recém chegados no Brasil e que escolheram Batatais para constituírem família e fixar um lar, o que deu origem às mais tradicionais famílias reconhecidas até os dias atuais.

Tal acervo prescinde de cada vez mais ser divulgado e explorado não só por historiadores, que constantemente procuram informações junto a esta Casa, mas, para que a memória da cidade seja conhecida e repassada para gerações posteriores.

9. TEMA PARA O EXERCÍCIO

9.1. Da campanha Participação Cidadã

A democracia só funciona quando todos participam. É uma das formas mais importantes de fazer isso é o envolvimento nas atividades legislativas, como audiências públicas, consultas populares, sessões ordinárias e debates online.

O objetivo dessa campanha é evidenciar a participação cidadã como pilar fundamental de democracia, pois objetiva-se que toda a população participe ativamente do processo de tomada de decisões públicas, fazendo de Batatais um lugar cada vez melhor para viver.

Na democracia que se deslumbra no século XXI, a participação democrática da população não pode mais restringir-se somente à eleição de seus representantes. O cidadão deve participar ativamente das atividades da Casa, sejam legislativas, de representação ou de fiscalização e avaliação de políticas públicas. Torna-se assim necessário que o Legislativo institua canais efetivos, atuais e permanentes de interlocução com a sociedade civil organizada e diretamente com o cidadão.

Com a participação cidadã na tomada de decisões do Parlamento, surge um novo conceito de legitimidade e de engajamento social na esfera do Legislativo.

Instituir uma política de portas abertas: essa é a expressão-chave para possibilitar a participação cidadã, assim como utilizar-se de recursos tecnológicos para romper as barreiras de distância e conhecimento.

9.2. Motivos pelos quais a população precisa participar

- **Para influenciar as leis que impactam sua vida:** Sua voz tem poder! Ao participar das decisões legislativas, você ajuda os Vereadores a compreenderem melhor as demandas da comunidade, garantindo que as leis sejam mais justas e realmente atendam aos anseios da sociedade.
- **Para se manter sempre bem informado:** Acompanhar as atividades legislativas permite que você entenda melhor o que está sendo debatido no seu município, Estado ou país. Fique por dentro dos projetos de lei, da destinação do orçamento público e das políticas que afetam diretamente sua vida.
- **Para gerar impacto real na sua comunidade:** Sua participação ativa pode transformar o presente e construir um futuro melhor. Ao se envolver, você contribui para a criação de políticas públicas mais eficazes, beneficiando não apenas você e sua família, mas toda a comunidade.
- **Para garantir a efetividade do trabalho parlamentar:** Ao acompanhar de perto o trabalho que está sendo realizado pelo Vereador em que votou, é possível direcionar uma cobrança maior para que a pauta eleitoreira não fique apenas no papel.

9.3. Como participar?

Existem muitas maneiras de se envolver e engajar nas atividades legislativas:

- **Participação nas audiências públicas:** As audiências públicas são espaços democráticos fundamentais onde a população pode expressar opiniões e influenciar decisões sobre projetos de lei e temas de interesse coletivo. Informar-se sobre o calendário das audiências, comparecer e contribuir ativamente para o debate, garantindo que as demandas sejam ouvidas e consideradas pelos legisladores.
- **Engajar-se em consultas populares:** As consultas populares são ferramentas de participação que permitem que os cidadãos manifestem suas opiniões sobre temas específicos, seja de forma presencial ou online. Sempre que houver uma consulta relevante para a comunidade, deve-se participar e contribuir para a construção de políticas públicas mais alinhadas às necessidades da população.
- **Comunicar-se com seus representantes:** os representantes eleitos atuam em nome da sociedade e precisam conhecer as demandas da população para tomar decisões informadas. O contato por meio de e-mails, whatsapp, cartas ou mensagens serve para expressar o apoio, preocupação ou sugestões sobre projetos de lei e políticas públicas, ajudando a moldar as ações legislativas de maneira mais próxima à realidade da comunidade.
- **Acompanhar e interagir nas redes sociais:** Atualmente, a grande maioria dos parlamentares utilizam as redes sociais para divulgar seu trabalho e dialogar com os cidadãos. Seguir os representantes nesses canais permite que se acompanhe de perto as iniciativas, identifique posicionamentos e participe ativamente das discussões políticas, contribuindo para um governo mais transparente e responsivo.
- **Participe das sessões ordinárias:** Antes de cada sessão é publicada uma pauta das matérias que serão votadas em Plenário e, o acompanhamento e a participação durante este momento de discussões é primordial para a aprovação ou não dos projetos que contemplam as necessidades mais primordiais da sociedade.

10. INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES



Câmara Municipal da Estância Turística de Batatais

ESTADO DE SÃO PAULO

A comunicação institucional da Câmara Municipal de Batatais desempenha um papel essencial no fortalecimento da transparência e da participação cidadã. Por meio de uma campanha publicitária bem estruturada e estrategicamente planejada, é possível garantir que a população tenha acesso às informações legislativas de forma clara, objetiva e acessível. Assim, a publicidade institucional contribui significativamente para a consolidação de um Poder Legislativo mais próximo, participativo e transparente.

VALOR REFERENCIAL: O valor de referência para esta campanha, tanto para mídia quanto para as outras ações pertinentes, exceto os serviços de criação que são executados diretamente pelas agências será de R\$80.000,00 (oitenta mil reais).

PRAZO DE EXECUÇÃO: A campanha deverá ser executada por um período de 30 (trinta) dias de divulgação.

Como parte do exercício o licitante pode pesquisar mais informações sobre a Câmara Municipal de Batatais, suas atribuições e realizações nos canais oficiais do Poder Legislativo (<https://www.camarabatatais.sp.gov.br/>).

O presente Anexo IV – Briefing Técnico integra o Edital de Licitação para Contratação de Agência de Publicidade e Propaganda da Câmara Municipal de Batatais, e tem por finalidade orientar as agências participantes quanto aos parâmetros conceituais, técnicos e operacionais da comunicação institucional a ser desenvolvida, em consonância com os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.

Batatais, outubro de 2025.



MINUTA DO CONTRATO

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE ENTRE A CÂMARA MUNICIPAL DE BATATAIS E, NA FORMA ABAIXO

É na melhor forma de direito que as partes, abaixo-assinadas, de um lado a **CÂMARA MUNICIPAL DE BATATAIS**, Órgão Público do Poder Legislativo do Município de Batatais, com sede nesta cidade de Batatais, Estado de São Paulo, inscrita no CNPJ sob o nº 60.257.169/0001-53, situada na Praça Dr. Washington Luís, nº 01, neste ato legalmente representada pelo Sr. **EDUARDO HENRIQUE RICCI**, Presidente da Câmara Municipal, de ora em diante denominada simplesmente **CONTRATANTE**, e de outro lado a, com sede na, neste ato representado por....., na qualidade de, de ora em diante denominada simplesmente **CONTRATADA**, nos termos e condições das cláusulas seguintes, aceitam e se comprometem a cumprir fielmente até o final do presente, conforme o seguinte:

CLÁUSULA PRIMEIRA – DA LEGISLAÇÃO E DOS DOCUMENTOS VINCULADOS

- 1.1. O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei nº 12.232, de 29.04.2010 e, de forma complementar, das Leis nº 4.680/65 e 14.133/2021.
- 1.2. Independentemente de transcrição, fazem parte deste contrato e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condições aqui não expressamente alterados – o Edital da Concorrência nº 01/2025 e seus Anexos, bem como as Propostas Técnicas e de Preços apresentadas pela Contratada.

CLÁUSULA SEGUNDA – DO OBJETO

2.1. Constitui objeto da presente licitação a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, de interesse da Contratante cujo objeto inclui o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

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

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



Câmara Municipal da Estância Turística de Batatais

ESTADO DE SÃO PAULO

2.2.1.1 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previsto na alínea “a”, do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

- a) Gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Câmara Municipal de Batatais, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) Aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c) Possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

2.1.2. Os serviços previstos no subitem 2.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.1.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículos de comunicação.

2.2. A CONTRATADA atuará por ordem e conta da CONTRATANTE, em conformidade com o artigo 3º, da Lei nº 4.680/65, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1 e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.3. A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nesta Cláusula.

2.4. A CONTRATADA atuará de acordo com solicitação da CONTRATANTE.

CLÁUSULA TERCEIRA – DA VIGÊNCIA E DA PRORROGAÇÃO

3.1. O presente contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura.

3.1.1. A CONTRATANTE poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos da Lei nº 14.133/21.

3.1.2. No interesse da Câmara Municipal de Batatais, a Contratada fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado dos contratos, conforme prevê a Lei nº 14.133/21.

CLÁUSULA QUARTA – DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS



4.1. As despesas a serem realizadas pela CONTRATADA nos primeiros 12 (doze) meses, está estimada em até R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais).

4.2. O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2026, correrá por conta da seguinte dotação orçamentária: **3.3.90.39** – Outros Serviços de Terceiro de Pessoa Jurídica.

4.3. Se a CONTRATANTE optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado, consignará nos próximos exercícios em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

4.4. A CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

CLÁUSULA QUINTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

5.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

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

5.1.2. Realizar, com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a intermediação na contratação de fornecedores nos termos do Edital, todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE, observada a restrição prevista no subitem 2.1.1 deste Contrato.

5.1.3. Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica da Concorrência que deu origem a este ajuste) na elaboração dos serviços objeto deste contrato, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ao superior, desde que previamente aprovada pela CONTRATANTE.

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

5.1.4.1. Pertencem à CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículos de divulgação.

5.1.4.1.1. O disposto no subitem 5.1.4.1 não abrande os planos de incentivo eventualmente concedidos por veículos à CONTRATADA, nos termos do artigo 18, da Lei nº 12.232/2010.

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

5.1.4.3. A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

5.1.4.3.1. O desrespeito ao disposto no subitem 5.1.4.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato.

5.1.5. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 10.2.1 e 10.2.2 no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilização de peças publicitárias da CONTRATANTE.

5.1.6. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados à CONTRATANTE:

- I- Fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;
- II- Só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados junto à Câmara Municipal de Batatais, como tais, aptos a fornecer à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;
- III- Apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;
- IV- Exigir do fornecedor que conste da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;
- V- A cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;
- VI- Juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito e em atividade, CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com os serviços a serem fornecidos.
- VII- A CONTRATADA após recebimento de cada processo de pagamento pela CONTRATANTE fica obrigada, no prazo de 7 (sete) dias úteis, a apresentar comprovante de pagamento referente aos serviços de fornecedores executados em prol do objeto deste contrato.

5.1.6.1. Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5 (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes

fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da CONTRATANTE.

5.1.6.2. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão do gestor deste contrato.

5.1.6.3. Se e quando julgar conveniente, a CONTRATANTE poderá:

- a) Supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou inferior a 0,5 (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato;
- b) Realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

5.1.6.4. Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados, acerca das condições estabelecidas na Cláusula Décima para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

5.1.6.5. As disposições dos subitens 5.1.6 a 5.1.6.4 não se aplicam à compra de mídia.

5.1.7. Submeter à contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE.

5.1.7.1. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados de empresas em que:

- I- Um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;
- II- Dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

5.1.8. Obter a aprovação prévia da CONTRATANTE, por escrito para autorizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com esse contrato.

5.1.8.1. A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta da CONTRATANTE, se previamente a identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada.

5.1.9. Apresentar à CONTRATANTE para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem

11.5 e as justificativas que demonstrem tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no artigo 15, da Lei nº 12.232/2010.

5.1.10. Apresentar à CONTRATANTE como alternativa ao subitem 5.1.9, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos das quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5 e as justificativas que demonstrem tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no artigo 15, da Lei nº 12.232/2010.

5.1.10.1. O estudo de que trata o subitem 5.1.10 deve levar em conta os meios, praças e veículos habitualmente programados nos esforços de comunicação da CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

5.1.10.1.1. O resultado da negociação global entre as partes previsto no subitem 5.1.10.1 vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 6 (seis) meses da data de assinatura deste contrato.

5.1.10.1.2. Os serviços de aferição e auditoria de mídia, será de responsabilidade da contratada, devendo ser apresentado sob forma de Relatório de Checagem de Veiculação, não gerando quaisquer ônus para a CONTRATANTE, devendo na impossibilidade apresentar uma declaração de que efetivamente foi veiculado nas mídias, sob as penas da lei.

5.1.10.1.3. Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 5.1.10, a CONTRATANTE solicitará novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá efetuar nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

5.1.11. Encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo da CONTRATANTE, sem ônus para esta:

- a) TV e Cinema: cópias em Betacam e/ou arquivos digitais;
- b) Internet: cópias em arquivos digitais;
- c) Rádio: cópia em arquivos digitais;
- d) Mídia impressa e material publicitário: cópias digitais

5.1.12. Manter, durante o período de 05 (cinco) anos, após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e/ou material produzidos, independentemente do disposto no subitem 5.1.11.

5.1.13. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela CONTRATANTE.

5.1.13.1. O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pela CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no subitem 5.1.11.

5.1.14. Entregar à CONTRATANTE, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.

5.1.15. Registrar em relatório de atendimento todas as reuniões e telefonemas de serviços entre a CONTRATANTE e a CONTRATADA, com objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias do desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

5.1.15.1. Esses relatórios deverão ser enviados pela CONTRATADA à CONTRATANTE até o prazo máximo de 02 (dois) dias úteis após a realização do contato.

5.1.15.2. Se houver incorreção no registro dos assuntos trados, a CONTRATANTE, solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 02 (dois) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

5.1.16. Tomar providências, imediatamente em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por fornecedores e veículos por ela contratados.

5.1.17. Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome da CONTRATANTE, sem prévia e expressa autorização.

5.1.18. Prestar esclarecimentos à CONTRATANTE, sobre eventuais atos os fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

5.1.19. Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.

5.1.20. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o artigo 4º e seu parágrafo primeiro, da Lei nº 12.232/2010.

5.1.21. Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infração a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

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

5.1.23. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto desse contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, de 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.

5.1.24. Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

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

5.1.26. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e a própria CONTRATANTE.

5.1.27. Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE.

5.1.28. Responder perante a CONTRATANTE e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.

5.1.29. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custo e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos pela a CONTRATANTE.

5.1.30. Responsabilizar-se pelos ônus resultantes de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou contratados, em como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionados com o cumprimento do presente contrato.

5.1.30.1. 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 este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

5.1.31. 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.

5.1.32. Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução de poluição.

CLÁUSULA SEXTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

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

- a) Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;
- b) 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 24 (vinte e quatro) horas úteis;
- c) Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços.
- d) Verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à contratação de fornecedores de bens e serviços especializados pela CONTRATADA;
- e) Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
- f) Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;
- g) Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quais débitos deste contrato.

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

CLÁUSULA SÉTIMA – FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

7.1. A CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-lo, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado, com anuência da Câmara Municipal de Batatais.

7.1.1. Serão nomeados um Fiscal e um Gestor, para executar a fiscalização deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a CONTRATANTE, objetivando sua imediata correção com a anuência da Câmara Municipal de Batatais.



Câmara Municipal da Estância Turística de Batatais

ESTADO DE SÃO PAULO

7.1.1.1. Além das atribuições previstas neste contrato e na legislação aplicável caberá ao fiscal ou gestor, verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de serviços especializados pela CONTRATADA.

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

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

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

7.5. A aprovação dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus contratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

7.6. A ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE, referente a irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA.

7.7. 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 apresentada pela fiscalização.

7.8. 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.

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

CLÁUSULA OITAVA – REMUNERAÇÃO

8.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada conforme o disposto nesta cláusula:

8.1.1. Ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA, com base na Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, com a concessão do desconto de% (..... por cento);

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

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

8.1.4. percentual de honorários% (.... por cento) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material;

8.1.5. percentual de remuneração ...% (... por cento) incidente sobre veiculação de mídia digital intermediada pela CONTRATADA, que não proporcione à agência o desconto de agência concedido por veículos de divulgação.

8.1.6. Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobradas pela CONTRATADA.

8.1.7. A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo e com os preços correspondentes a serem cobrados da CONTRATANTE, conforme previsto no subitem 8.1.1.

8.2. Os honorários de que tratam os subitens 8.1.2 a 8.1.4 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

8.3. Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, 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.

8.4. Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, deverão ser apresentados comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução da despesa e assegurar o pagamento pelo líquido, sem a incidência de honorários.

8.5. 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.

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

CLÁUSULA NONA – DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1. Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o artigo 11, da Lei nº 4.680/65.

9.2. Quando o pagamento de cada uma das faturas de veiculação, conforme previsto no item 11.1.1 a CONTRATADA repassará à CONTRATANTE, sob a forma de desconto, parte do desconto padrão de agência a que faz jus, cabendo, do valor correspondente à veiculação,% (..... por cento) à CONTRATADA e% (..... por cento) à CONTRATANTE, desde que atendidas as disposições do Anexo B das Normas-Padrão quanto à possibilidade de repasse parcial do desconto de agência, de acordo com a verba anual de mídia da CONTRATANTE.

9.2.1. O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pelos veículos de divulgação pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do artigo 19, da Lei nº 12.232/2010.

CLÁUSULA DÉCIMA – DIREITOS AUTORAIS

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

10.1.1. O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona desse contrato.

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

10.2. Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores, quando determinada pela CONTRATANTE, orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.

10.2.1. A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE, em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas neste contrato.

10.2.1.1. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 100% (cem por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

10.2.1.1.1. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo a variação do **IPCA - Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo**.

10.2.2. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 100% (cem por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

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

10.4. A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obras consagradas, incorporadas à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pela CONTRATANTE, após os procedimentos previstos no subitem 5.1.5.

10.5. A CONTRATADA se obriga a fazer constar os respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores nos casos de tomadas de imagens que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

I- a cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material à CONTRATANTE, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 5 (cinco) anos, contados da data do pagamento dos serviços, pela CONTRATADA ao fornecedor, sem que caiba à CONTRATANTE qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

11.1. Para liquidação e pagamento de despesas referente aos serviços previamente autorizados pela CONTRATANTE, a CONTRATADA deverá apresentar:

I – a correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, em letra legível, em nome da CONTRATANTE, CNPJ nº, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito no Banco agência, conta corrente nº bem como toda a documentação fiscal que demonstrem a regularidade com o município, Estado e governo federal que trata o item 11.5.1, além de indicar o percentual do imposto de renda e ISS – Imposto Sobre Serviços a serem retidos, além de outros pertinentes;

II – a primeira via do documento fiscal do fornecedor ou do veículo;

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

11.1.1. Os documentos de cobrança e demais informações necessárias à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à CONTRATANTE, no seguinte endereço: Praça Dr. Washington Luís, 01, Centro, Batatais-SP, CEP 14.300-035.

11.1.2. O gestor/fiscal deste contrato somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas.

11.2. A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da CONTRATADA:

I – serviços executados pela CONTRATADA;

- a) Intermediação e supervisão de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III, do subitem 11.1;
- b) Execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e III do subitem 11.1.

II – serviços especializados prestados por fornecedores e veiculação:

- a) Produção e execução técnica de peça e/ou material: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III, do subitem 11.1;
- b) Planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III, do subitem 11.1;
- c) Criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III, do subitem 11.1;
- d) Veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1, da demonstração do valor devido ao veículo, da indicação dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos no inciso III, do subitem 11.1.

11.2.1. As despesas com distribuição de peças e material de não mídia executada por fornecedores de serviços especializados terão o tratamento previsto na alínea “a”, do inciso II, do subitem 11.2.

11.2.2. Na ocorrência de falha local em uma programação em mídia eletrônica, além das providências previstas na alínea “d”, do subitem 11.2 a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

11.2.3. Os preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o artigo 15, da Lei nº 12.232/2010, será conferido pelo gestor/fiscal do contrato, por ocasião da apresentação do Plano de Mídia pela CONTRATADA à CONTRATANTE.

11.3. O pagamento das despesas será feito em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 11.1 e 11.2.

11.4. No tocante à veiculação, além do previsto na alínea “d”, do inciso II, do subitem 11.2, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para a CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

I – Exemplar original de revista;

II – Jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do jornal e praça;

III – demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.9 ou 5.1.10 a Cláusula Quinta perante a CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.

11.4.1. Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.9 ou 5.1.10 da Cláusula Quinta, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar:

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

I.1) como alternativa do procedimento previsto no inciso I, a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista no inciso I deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento composto contenha todas as informações previstas no inciso I, deste subitem.

I.2) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nos incisos I e I.1 deste subitem, a CONTRATADA poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do artigo 299, do Código Penal, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome

empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horários de veiculação.

II – Mídia exterior;

II.1) Mídia Out Off Home: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do artigo 299, do Código Penal, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração.

II.2) Mídia Digital Out Off Home: relatório de exibição, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peças, de que devem constar fotos por amostragem, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do artigo 299, do Código Penal, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

III.3) Carro de som: relatório de veiculação, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do artigo 299, do Código Penal, firmada pela empresa que realizou a veiculação da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

III – Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente com o print da tela.

11.4.2. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos incisos I, II e III, do subitem 11.4.1, serão formalmente estabelecidas pela CONTRATANTE antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

11.5. A CONTRATADA deverá apresentar à CONTRATANTE, mensalmente, conforme o caso, o Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviços – FGTS, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos, das Secretarias de Fazenda do Estado, quando devida, e do Município.

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

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

11.7. No caso de eventual falta de pagamento pela CONTRATANTE nos prazos previstos, o valor devido será corrigido financeiramente, mediante solicitação expressa da CONTRATADA, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base no indexador oficial da Câmara Municipal de Batatais, que é o IPCA, após aprovação de ambas as partes.

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

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

11.9. Os pagamentos a fornecedores e veículos por serviços prestados serão efetuados pela CONTRATADA em até 15 (quinze) dias após o recebimento da ordem bancária da CONTRATANTE pela agência bancária pagadora.

11.9.1. A CONTRATADA informará à CONTRATANTE os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada ordem bancária de pagamento emitida pela consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

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

11.9.2. O não pagamento do disposto nos subitens 11.9 e 11.9.1 ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da CONTRATADA, até que seja resolvida a pendência.

11.9.2.1. Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 11.9.2 a CONTRATANTE, nos termos da Cláusula Décima Quarta, poderá optar pela rescisão deste contrato e/ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e os respectivos pagamentos diretamente ao fornecedor de serviços especializados ou ao veículo, conforme o caso.

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



Câmara Municipal da Estância Turística de Batatais

ESTADO DE SÃO PAULO

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – GARANTIA

12.1. A CONTRATADA prestará garantia, em favor da CONTRATANTE, no valor de R\$ (.....), correspondente a 1% (um por cento) do valor deste contrato, estimado para a execução dos serviços, no ato da assinatura do contrato.

12.2. Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a CONTRATADA deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 30 (trinta) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

12.3. Se houver acréscimo ou valor deste contrato, a CONTRATADA se obriga a complementação da garantia no prazo máximo de 30 (trinta) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

12.4. Na hipótese de prorrogação deste contrato, a CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas na Lei 14.133/21.

12.4.1. O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à CONTRATANTE no prazo máximo de 30 (trinta) dias úteis, contados da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

12.5. A garantia ao seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA, no prazo de 30 (trinta) dias após o término do prazo de vigência deste contrato, mediante certificação, por seu gestor/fiscal, de que os serviços foram realizados a contento e desde que tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.

12.5.1. Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo, será corrigido com base no índice Geral adotado à poupança, segundo as normas do Banco Central do Brasil.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

13.1. As sanções serão aplicadas conforme descrito no instrumento convocatório, assegurados o contraditório e a ampla defesa sem prejuízo da responsabilização em outras esferas.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – RESCISÃO

14.1. O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos no artigo 137, na forma dos artigos 138 e 139, todos da Lei nº 14.133/2021.

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

- a) For atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;
- b) For envolvida em escândalo público e notório;
- c) Quebrar o sigilo profissional;
- d) Utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;
- e) Não prestar garantia suficiente para garantir o cumprimento das obrigações contratuais;
- f) Motivar a suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que a CONTRATANTE, como consequência, venha a sofrer;
- g) Deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida nesse contrato;
- h) Vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública;
- i) Não comprovar a qualificação técnica de funcionamento prevista no artigo 4º, da Lei nº 12.232/2010.

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

14.3. Em caso de associação da CONTRATADA com outras empresas, de cessão ou transferência, total ou parcial, bem como de fusão, cisão ou incorporação, caberá à CONTRATANTE decidir sobre a continuidade do presente contrato, com base em documentação comprobatória que justifique quaisquer das ocorrências.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – OBRIGAÇÕES PERTINENTES À LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS – LGPD

15.1. No âmbito da execução do objeto desse contrato, a CONTRATADA deve cumprir a Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, com suas alterações subsequentes (Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD), as demais normas legais e regulamentares aplicáveis à proteção de dados pessoais, inclusive regulamentos editados pela Autoridade Nacional de Proteção de Dados, e deve observar as instruções por escrito da CONTRATANTE no tratamento de dados pessoais.

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

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

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

15.1.4. A CONTRATADA deve:

15.1.4.1. Notificar a CONTRATANTE na primeira oportunidade possível, ao receber requerimento de um titular de dados, na forma prevista no artigo 18, da Lei nº 13.709/2018 e;

15.1.4.2. Quando for o caso, auxiliar a CONTRATANTE na elaboração de resposta ao requerimento a que se refere a subdivisão anterior.

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

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

15.1.7. A CONTRATADA deve auxiliar a CONTRATANTE na elaboração de relatórios de impacto à proteção de dados pessoais, observado o disposto no artigo 38, da Lei nº 13.709/2018, no âmbito da execução deste contrato.

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

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

15.1.10. A CONTRATADA responderá por quaisquer danos, perdas ou prejuízos causados à CONTRATANTE ou a terceiros decorrentes do descumprimento da Lei nº 13.709/2018 ou instruções da CONTRATANTE relacionadas a este contrato, não excluindo ou reduzindo essa responsabilidade a fiscalização da CONTRATANTE em seu acompanhamento.

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

15.1.12. É vedada a transferência de dados pessoais, pela CONTRATADA, para fora do território do Brasil sem o prévio consentimento, por escrito, da CONTRATANTE, e demonstração da observância, pela CONTRATADA, de adequada proteção desses dados, cabendo à CONTRATADA o cumprimento de toda a legislação de proteção de dados ou de privacidade nacional e de outros países que aplicável.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DISPOSIÇÕES GERAIS

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

16.2. A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial, às suas expensas, na forma exigida pela Lei nº 14.133/2021.

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

16.4. São assegurados à CONTRATANTE todos os direitos e faculdades previstos na Lei nº 8078/90 (Código de Defesa do Consumidor).

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



Câmara Municipal da Estância Turística de Batatais

ESTADO DE SÃO PAULO

16.6. As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulgação, serão divulgadas no sítio oficial da CONTRATANTE na internet.

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

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – FORO

17.1. As questões decorrentes da execução deste contrato que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgados no foro da Comarca de Batatais – SP.

E, por estarem justos e acordados, assinam o presente contrato, na forma eletrônica, na presença das testemunhas que igualmente o subscrevem.

CÂMARA MUNICIPAL DE BATATAIS

Em de de 2026.

EDUARDO HENRIQUE RICCI
PRESIDENTE DA CÂMARA MUNICIPAL
CONTRATANTE

CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

1. Reginaldo de Oliveira

Primeiro Secretário

2. Gustavo Domingos Rastelli

Segundo Secretário



MINUTA - TERMO DE CIÊNCIA E DE NOTIFICAÇÃO

CONTRATANTE: CÂMARA MUNICIPAL DE BATATAIS

CONTRATADO: [REDACTED]

CONTRATO Nº [REDACTED]/2026

OBJETO: Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, de interesse da Câmara Municipal de Batatais, cujo objeto inclui o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

Pelo presente TERMO, nós, abaixo identificados:

1. Estamos CIENTES de que:

- a) o ajuste acima referido estará sujeito 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, conforme dados abaixo indicados, 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) Qualquer alteração de endereço – residencial ou eletrônico – ou telefones de contato deverá ser comunicada pelo interessado, peticionando no processo.

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.

Batatais, [REDACTED] de [REDACTED] de 2026.



Câmara Municipal da Estância Turística de Batatais

ESTADO DE SÃO PAULO

Nome: Eduardo Henrique Ricci

Cargo: Presidente

CPF nº: [REDACTED]

Endereço residencial: Praça Dr. Washington Luís, nº 01, Centro

E-mail institucional: camarabatatais@camarabatatais.sp.gov.br

E-mail pessoal: camarabatatais@camarabatatais.sp.gov.br

Telefone: (16) 3761-2514

Assinatura: [REDACTED]

Responsáveis que assinaram o ajuste:

Pelo CONTRATANTE:

Nome: Eduardo Henrique Ricci

Cargo: Presidente

RG nº: [REDACTED]

CPF nº: [REDACTED]

Endereço residencial: Praça Dr. Washington Luís, nº 01, Centro

E-mail institucional: camarabatatais@camarabatatais.sp.gov.br

E-mail pessoal: camarabatatais@camarabatatais.sp.gov.br

Telefone: (16) 3761-2514

Assinatura: _____

Pela CONTRATADA:

Nome: [REDACTED]

Cargo: [REDACTED]

RG: [REDACTED]

CPF: [REDACTED]

Endereço: [REDACTED]

E-mail institucional: [REDACTED]

E-mail pessoal: [REDACTED]

Assinatura: _____



Câmara Municipal da Estância Turística de Batatais

ESTADO DE SÃO PAULO

MINUTA - DADOS DA EMPRESA PARA ASSINATURA DO CONTRATO

CONTRATANTE: CÂMARA MUNICIPAL DE BATATAIS

CNPJ: 60.257.169/0001-53

CONTRATADO: [REDACTED]

CNPJ: [REDACTED]

CONTRATO Nº [REDACTED] **/2026**

OBJETO: Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, de interesse da Câmara Municipal de Batatais, cujo objeto inclui o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

Nome	
Cargo	
RG nº	
CPF nº	
Endereço (*)	
Telefone	
E-mail Institucional	
E-mail pessoal (*)	

Responsável pelo atendimento a requisições de documentos do TCESP

Nome	
Cargo	
Endereço Comercial do Órgão/Setor	Praça Dr. Washington Luís, nº 01, Centro, Batatais/SP
Telefone e Fax	(16) 3761.2514
E-mail Institucional	compras@camarabatatais.sp.gov.br

Batatais, [REDACTED] de [REDACTED] de 2026

EDUARDO HENRIQUE RICCI
PRESIDENTE DA CÂMARA MUNICIPAL DE BATATAIS



Câmara Municipal da Estância Turística de Batatais

ESTADO DE SÃO PAULO

CONTRATANTE: CÂMARA MUNICIPAL DE BATATAIS

CNPJ: 60.257.169/0001-53

CONTRATADO: [REDACTED]

CNPJ: [REDACTED]

CONTRATO ADMINISTRATIVO: [REDACTED]/2026

DATA DA ASSINATURA: [REDACTED]/[REDACTED]/2026

VIGÊNCIA: de [REDACTED]/[REDACTED]/2026 até [REDACTED]/[REDACTED]/2026

OBJETO: Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, de interesse da Câmara Municipal de Batatais, cujo objeto inclui o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

VALOR: R\$ [REDACTED] ([REDACTED]).

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

Batatais, [REDACTED] de [REDACTED] de 2026.

Eduardo Henrique Ricci
eduardoricci@camarabatatais.sp.gov.br