



CONCORRÊNCIA PÚBLICA

Nº 001/2026

OBJETO: *Prestação de serviço de publicidade para realização de atividades integradas que possibilite o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e na distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.*

- LICITAÇÃO POR TÉCNICA E PREÇO.
- LICITAÇÃO AMPLA PARTICIPAÇÃO.





Câmara Municipal de Barueri

Parlamento 26 de março

ISO 9001 | SA8000 | ISO 14001 | ISO 45001

SUMÁRIO

PREÂMBULO	3
I DO OBJETO.....	3
II DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO	4
III EDITAL ACESSO A INFORMAÇÕES E IMPUGNAÇÃO DO EDITAL	5
IV CONSTITUIÇÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA I.....	6
V ABERTURA DA LICITAÇÃO.....	6
VI DO CONTEÚDO DOS ENVELOPES	9
VII DA ABERTURA DOS ENVELOPES	18
VIII JULGAMENTO DAS PROPOSTAS	20
IX DA HABILITAÇÃO.....	27
X DA ADJUDICAÇÃO, DA HOMOLOGAÇÃO E CONSEQUENTE CONTRATO	28
XI DA FISCALIZAÇÃO.....	29
XII DO RECEBIMENTO DO OBJETO DO CONTRATO	29
XIII CONDIÇÕES DE PAGAMENTO	30
XIV PENALIDADES.....	30
XV DOS RECURSOS:	32
XVI DISPOSIÇÕES GERAIS:.....	32
XVII FAZEM PARTE DO PRESENTE EDITAL:	33
Anexo I – TERMO DE REFERÊNCIA	34
Anexo II – BRIEFING	57
Anexo III – MODELO DE APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA COMERCIAL.....	60
Anexo IV – DECLARAÇÃO DE ME E EPP	62
Anexo V – PROVA DE CUMPRIMENTO AO ARTIGO 7º, INC. XXXIII DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL	63
Anexo VI – DECLARAÇÕES GERAIS.....	64
Anexo VII – MINUTA DE CONTRATO.....	65





Câmara Municipal de Barueri

Parlamento 26 de março

ISO 9001 | SA8000 | ISO 14001 | ISO 45001
Concorrência Pública nº 001/2026 – pág. 3

PROCESSO DE AQUISIÇÃO Nº 019/2026.

EDITAL – CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2026.

UASG: 926508 – CÂMARA MUNICIPAL DE BARUERI.

TIPO DE PARTICIPAÇÃO: AMPLA PARTICIPAÇÃO.

DATA DE ABERTURA DA SESSÃO PÚBLICA: 27/07/2026 às 09h (horário oficial de Brasília).

CRITÉRIO DE JULGAMENTO: POR TÉCNICA E PREÇO.

VALOR MÁXIMO DA CONTRATAÇÃO: Conforme informado no item 09 do Anexo I – Termo de Referência

A sessão pública de processamento Concorrência será realizada, no dia e horário acima indicados, na **Câmara Municipal de Barueri (sala de licitações)**, situada na Alameda Wagih Salles Nemer, nº 200, Centro, Barueri -SP, CEP: 06401-134.

Os envelopes contendo os documentos serão recebidos no endereço acima mencionado, na sessão pública de processamento desta licitação.

Fundamento Legal: Lei Federal n. 12.232/2010, com complemento da Lei nº 14.133/2021 e suas alterações, combinado com a Lei Complementar 123/06, alterada pela Lei Complementar nº 147/2014 e Lei nº 4.680/65 e Decreto Federal nº 57.690/66, Decreto Municipal nº 9.787/2023.

PREÂMBULO

A **CÂMARA MUNICIPAL DE BARUERI**, através da Secretaria de Planejamento e Gestão torna público a quem possa interessar que de ordem do Senhor Presidente da Câmara, acha-se aberta a **CONCORRÊNCIA**, do tipo **TÉCNICA E PREÇO** conforme objeto do certame, adiante discriminado, ficando o Edital e seus anexos a disposição dos interessados, para obter o texto integral do Edital, onde os participantes deverão entregar os envelopes, na data do certame, contendo os documentos e propostas.

A presente licitação reger-se-á pelas normas estabelecidas na Lei Federal n. 12.232 de 29 de abril de 2010, e complementada pelas leis nº 14.133/21 e alterações posteriores e 4.680/65 em conformidade com a disposições deste Edital e seus Anexos.

Adota-se a forma presencial para esta licitação, cujas sessões públicas serão registradas em ata e gravadas em áudio e vídeo e a gravação será juntada aos autos do processo licitatório depois de seu encerramento, na forma do disposto no artigo 17 parágrafo 2º da Lei Federal nº 14.133/2021. **A opção pela realização de forma presencial** deste certame decorre e leva em consideração as especificidades da forma de apresentação das propostas técnicas, em que uma via do Plano de Comunicação será apresentada de forma apócrifa para ser avaliada e julgada por Subcomissão Técnica especialmente composta, pelo que ainda não haverá garantias técnicas para que a via não identificada do Plano de Comunicação - caso fosse utilizada a forma eletrônica de apresentação das propostas - não seja identificada antecipadamente, podendo invalidar o próprio certame.

I DO OBJETO

1.1. A presente licitação tem por objeto: **prestação de serviço de publicidade para realização de atividades integradas que possibilite o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a**





Câmara Municipal de Barueri

Parlamento 26 de março

ISO 9001 | SA8000 | ISO 14001 | ISO 45001

Concorrência Pública nº 001/2026 – pág. 4

criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e na distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.

1.2. O objeto da presente licitação deverá ser fornecido/executado na forma e condições estabelecidas neste edital e seus Anexos.

1.2.1 Objetivo Específico:

a) Os projetos e campanhas compreendem 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.

b) A alínea acima tem o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições e de informar o público em geral.

c) Também integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

I - à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

II - ao planejamento e execução de pesquisas e 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, sobre os resultados das campanhas realizadas e das campanhas em desenvolvimento, relacionados à publicidade institucional, inclusive de utilidade pública da CÂMARA.

III - à 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 desenvolvidas.

1.2.2. Não se confundem com o objeto desta licitação, estando, portanto, fora da contratação, as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos.

1.2.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio, o patrocínio de mídia - assim entendido os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação - e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimentos comercializados por veículo de divulgação.

1.2.3. Dotação orçamentária: **3.3.90.39.88 – AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE EM JORNAIS E MÍDIAS SOCIAIS.**

1.2.4. Valor estimado da contratação: **R\$ 2.600.000,00 (dois milhões e seiscentos mil reais)**

1.2.5. O prazo de vigência do contrato será de **12 (doze)** meses, contados a partir de sua assinatura, podendo ser prorrogado a critério da Administração nos termos do artigo 107 da Lei Federal 14.133/2021, desde que seja atestada que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração Pública.

1.2.5.1. REAJUSTAMENTO DE PREÇOS: O contrato deverá ser reajustado pelo IPCA - IBGE, desde que transcorridos 12 meses, tomando-se por base para cálculo a data da reserva orçamentária, em **21/05/2026**, na forma disposta no artigo 25, parágrafo 7º. da Lei Federal nº 14.133/2021.

II DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

2.1 Poderão participar desta licitação as empresas interessadas, do ramo de atividade pertinente ao objeto licitado, que tenham atividades disciplinadas pela Lei nº 4.680/65 e obtido o **certificado de qualificação técnica de funcionamento**, nos termos do artigo 4º da Lei nº 12.232/10, doravante





Câmara Municipal de Barueri

Parlamento 26 de março

ISO 9001 | SA8000 | ISO 14001 | ISO 45001

Concorrência Pública nº 001/2026 – pág. 5

designadas concorrentes, que atenderem a todas as exigências deste Edital e de seus Anexos, **sendo vedada a participação de:**

- a) consórcios de empresas, qualquer que seja sua forma de constituição, em razão da natureza integrada, contínua e estrategicamente coordenada dos serviços publicitários objeto da contratação, cuja execução demanda unidade de gestão, alinhamento técnico e responsabilização centralizada da contratada.
- b) empresas declaradas inidôneas para licitar ou contratar com qualquer órgão ou entidade da Administração Pública Direta ou Indireta Federal, Estadual ou Municipal;
- c) empresas impedidas de licitar ou contratar com a Administração Pública Direta e/ou Indireta na forma do disposto no parágrafo 4º do art. 156 da Lei Federal nº 14.133/2021;
- d) empresas com falência decretada;
- e) empresas das quais participe, seja a que título for, servidor público da Câmara Municipal de Barueri;
- f) empresas cujo objeto social não seja pertinente e compatível com o objeto deste Edital.

2.2. No caso de participação de Empresas de Pequeno Porte (EPP), com fundamento nos art. 42 a 49 da Lei Complementar 123/2006, as licitantes deverão comprovar, quando da apresentação dos documentos de habilitação, sua condição como tal.

2.3. As disposições a que se refere este item, nos termos do artigo 4º da lei 14.133/2021, não são aplicadas:

- a) no caso de licitação para contratação dos serviços publicitários, cujo valor estimado a título de remuneração da licitante, for superior à receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte;
- b) A obtenção de benefícios a que se refere o caput do artigo 4º da Lei Federal nº 14.133/2021 fica limitada às empresas de pequeno porte que, no ano calendário da realização da licitação, ainda não tenham celebrado contratos com a Administração pública cujos valores somados extrapolem a receita máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte,
- c) deverá a licitante apresentar, quando da fase de habilitação, declaração de observância desse limite referido na alínea “b” deste item 2.3.

III EDITAL ACESSO A INFORMAÇÕES E IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

3.1. O Caderno de Licitação, composto de Edital e Anexos, poderá ser consultado no endereço <https://www.barueri.sp.leg.br/transparencia/licitacoes-e-contratos> ou na **Câmara Municipal de Barueri (Divisão de Licitações)**, situada na Alameda Wagih Salles Nemer, nº 200, Centro, Barueri -SP, CEP: 06401-134, em dias úteis, no horário das 08h às 12h e das 13h às 17h.

3.2. Informações relativas à presente licitação poderão ser obtidas conforme segue, de acordo com seu teor:

3.2.1. QUESTÕES TÉCNICAS ou JURÍDICAS - deverão ser formuladas por escrito e dirigidas a(o) Presidente da Comissão Permanente de Licitações e Pregões, nomeada pela portaria nº 69/2026, através do e-mail licitacoes@barueri.sp.leg.br, ou entregue no endereço Alameda Wagih Salles Nemer, nº 200, Centro, Barueri -SP, CEP: 06401-134, em dias úteis, no horário das 08h às 12h e das 13h às 17h, **que deverá ter o seu recebimento confirmado até 02 (dois) dias úteis antes do prazo marcado para abertura do certame.**





Câmara Municipal de Barueri

Parlamento 26 de março

ISO 9001 | SA8000 | ISO 14001 | ISO 45001

Concorrência Pública nº 001/2026 – pág. 6

3.2.2. QUESTÕES DIVERSAS - poderão ser obtidas junto à Diretoria de Licitações, pelo e-mail licitacoes@barueri.sp.leg.br.

3.3. Eventuais impugnações ao edital deverão ser encaminhadas por escrito, dirigidas a(o) Presidente da Comissão Permanente de Licitações e Pregões, no endereço Alameda Wagih Salles Nemer, nº 200, Centro, Barueri -SP, CEP: 06401-134, com a identificação completa da empresa autora da impugnação, assinatura de seu representante legal e cópia simples do documento que comprove esta condição, observado o prazo previsto no art. 164, de até 03 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame.

3.3.1. No instrumento de impugnação, é obrigatória a menção a documento pessoal, em se tratando de pessoa física, e de CNPJ, em se tratando de pessoa jurídica, mais nome para contato, endereço, telefone e endereço eletrônico.

3.5. A Comissão Permanente de Licitações e Pregões decidirá sobre a impugnação, bem como responderá às questões formuladas pelas licitantes.

3.6. Acolhida a impugnação oposta contra o ato convocatório será designada nova data para a realização da sessão pública da **Concorrência**.

3.7. Não serão conhecidas as impugnações subscritas por representantes não habilitados legalmente.

3.8. Qualquer cidadão ou licitante poderá impugnar o Edital por irregularidade, devendo protocolar o pedido devidamente fundamentado, nos termos do art. 164 da Lei Federal nº 14.133/2021, observados os prazos ali fixados, ou seja, em até 03 (três) dias úteis anteriores à data da apresentação das propostas.

3.9 Não serão conhecidas as impugnações enviadas pelo correio, correio eletrônico ou qualquer outro meio de comunicação, se dentro dos prazos previstos em lei as petições originais não tiverem sido protocolizadas.

IV CONSTITUIÇÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA I

4.1. A concorrência será processada e julgada pela Comissão Permanente de Licitações e Pregões, na forma da Lei 12.232/10, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

4.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 03 (três) membros formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas nos termos do art. 10 da Lei 12.232/10.

4.3. Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitada pela Comissão Permanente de Licitações e Pregões.

V ABERTURA DA LICITAÇÃO

5.1. No dia, horário e local designados no preâmbulo deste Edital, terá início a sessão pública de processamento desta licitação, que será conduzida pela Comissão Permanente de Licitações e Pregões, nomeada pela portaria n.º 069/2026 e realizada em conformidade com a legislação pertinente, devendo os licitantes entregarem, primeiramente, os 04 (quatro) envelopes.

5.2. Quanto aos representantes:

a) Tratando-se de **Representante Legal** (sócio, proprietário, dirigente ou assemblado), instrumento constitutivo da empresa registrado na Junta Comercial, ou tratando-se de sociedade simples, o ato





constitutivo registrado no Cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no qual estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura.

b) Tratando-se de **Procurador**, instrumento público de procuração ou instrumento particular assinado pelo representante legal, do qual constem poderes específicos para anuir, transigir ou renunciar a direitos em nome da empresa, bem como praticar todos os demais atos pertinentes ao certame. No caso de instrumento particular, o procurador deverá apresentar instrumento constitutivo da empresa na forma da alínea “a”.

5.2.1. O representante legal e o procurador deverão identificar-se exibindo documento oficial de identificação que contenha foto, **fora dos envelopes**.

5.2.2. A licitante que não contar com **representante** presente na sessão ou, ainda que presente, não puder praticar atos em seu nome por conta da apresentação de documentação defeituosa, ficará impedido de anuir, transigir ou renunciar a direitos em nome da empresa.

5.2.3. Será admitido apenas 01 (um) representante para cada licitante, sendo que cada um deles poderá representar apenas uma empresa/ licitante.

5.3. Recebimento dos Envelopes: Proceder-se-á o recebimento dos envelopes **1, 2, 3 e 4** contendo os documentos da proposta Técnica e proposta de Preços, observado as recomendações abaixo:

I - ENVELOPE 1

a) deverá estar acondicionado o “Plano de Comunicação Publicitária - **Via Não Identificada**”;

b) só será aceito o “Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada” que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, **obrigatoriamente**, pela Câmara;

b1) o invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada no horário das 08h30min às 16h30min, na **Divisão de Licitações**, situada na Alameda Wagih Salles Nemer, nº 200, Centro, Barueri - SP, CEP: 06401-134

c) deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

d) não poderá ter nenhuma identificação; apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante; estar danificado ou deformado as peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante e não deverá ter nenhum escrito, anotação, identificação ou qualquer elemento na parte externa do envelope.

II - ENVELOPE 2

a) Deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária - **Via Identificada**, que conterà o mesmo teor da via não identificada, com exceção dos exemplos de peças referentes à ideia criativa;

b) O envelope deverá ser opaco, providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura;

c) **NÃO poderá** ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária - **Via Não Identificada (Envelope 1)** e possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura deste envelope;

d) deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

ENVELOPE 2





Câmara Municipal de Barueri

Parlamento 26 de março

ISO 9001 | SA8000 | ISO 14001 | ISO 45001

Concorrência Pública nº 001/2026 – pág. 8

CONCORRÊNCIA Nº..... /.....- (mencionar o nº e ano)

PROCESSO DE AQUISIÇÃO nº

PROPOSTA TÉCNICA (Via Identificada)

O envelope 2 deverá ser opaco, identificado com denominação social e o cadastro no CNPJ/MF da Licitante

III - ENVELOPE 3

a) Deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

b) O envelope deverá ser opaco, providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

c) **NÃO poderá** ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do “Plano de Comunicação Publicitária - **Via Não Identificada**” (**Envelope 1**) que possibilite a identificação da autoria deste;

d) Deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

ENVELOPE 3

CONCORRÊNCIA Nº..... /.....- (mencionar o nº e ano)

PROCESSO DE AQUISIÇÃO nº

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO

O envelope 3 deverá ser opaco, identificado com denominação social e o cadastro no CNPJ/MF da Licitante

IV - ENVELOPE 4

a) A Proposta de Preços deverá ser entregue acondicionada no **ENVELOPE 4**;

b) O envelope deverá ser opaco, providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

c) **NÃO poderá** ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do “Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada” (**Envelope 1**) e possibilite a identificação da autoria deste último.

d) O envelope deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:





ENVELOPE 4

CONCORRÊNCIA Nº..... /.....- (mencionar o nº e ano)

PROCESSO DE AQUISIÇÃO nº

PROPOSTA DE PREÇOS

O envelope 4 deverá ser opaco, identificado com denominação social e o cadastro no CNPJ/MF da Licitante.

VI DO CONTEÚDO DOS ENVELOPES

6.1. O envelope 1 - PROPOSTA TÉCNICA: deverá conter o Plano de Comunicação Publicitário, sem a identificação da licitante com respectivos anexos, ou seja, os exemplos de peças, impressos em leiautes ou gravados em DVD ou PEN DRIVE, a serem elaborados a partir dos critérios a seguir:

6.1.1. Plano de Comunicação Publicitária - será constituído por caderno específico composto dos subquestos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no “Briefing - **ANEXO II**” e nas orientações deste Edital, observadas especialmente as seguintes previsões:

6.1.1.1. Raciocínio Básico será desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da **CÂMARA**, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no “Briefing - **ANEXO II**”.

6.1.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária será desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante apresentará as linhas gerais de sua proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação relacionado a esse desafio expressos no Briefing, compreendendo:

6.1.1.2.1 Apresentação e defesa ao partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária dos problemas específicos de comunicação da Câmara Municipal de Barueri;

6.1.1.2.2 Explicitará e defenderá os 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.

6.1.1.3. Ideia Criativa a licitante apresentará conteúdo criativo para proposta de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

6.1.1.3.1. Todas as peças e ou material que compõem a campanha deverão ser listados em uma relação na qual, a critério da licitante, poderão ser inseridos comentários circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que deles se pode esperar.

6.1.1.3.2. A relação das peças deverá ser apresentada em dois blocos, sendo que no primeiro bloco, deverão ser relacionadas as peças corporificadas, limitadas a 10 (dez) peças e no segundo bloco, as peças não corporificadas, sem número limitado de peças.





6.1.1.3.3. Da relação de peças e ou material, a licitante deverá escolher e apresentar como exemplos peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, os quais deverão observar as seguintes orientações:

I - Ser apresentados sob a forma de:

- a) roteiro, leiaute e ou storyboard impressos, para qualquer meio;
- b) protótipo ou “monstro” para peças destinadas a rádio e internet;
- c) storyboard animado ou animatic ou storyboard impresso, para TV e cinema.

II - limitar-se, **sob pena de desclassificação, a 10 (dez) exemplos**, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material, observando as seguintes regras:

- a) Cada redução e ou variação de formato será considerada como uma peça;
- b) Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c) Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablete, assim como painéis sequenciais de mídia exterior - outdoor, adesivagem de fingers) será considerada como uma peça, se o entendimento da mensagem depender da leitura do conjunto sequencial e uma peça sozinha não transmitir a mensagem completa da comunicação;
- d) Um hotsite e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;
- e) Um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- f) Um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

6.1.1.3.4. Só serão aceitos exemplos de peças e ou material não finalizados.

6.1.1.3.5. Para a produção dos exemplos de peças ou material não serão aceitas capturas de vídeo.

6.1.1.3.6. Na elaboração do animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução, **ressalvado que monstro do VT não está limitado a imagens estáticas, podendo ser apresentado também com imagens em movimento, desde que utilizadas imagens somente geradas em Inteligência Artificial (IA) e ou obtidas em Bancos de Imagem.**

6.1.1.3.7. Cada exemplo de peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: “cartaz”, “filme TV”, “spot rádio”, “anúncio revista”, “monstro internet”) destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e ou material a que se refere o subitem.

6.1.1.3.8. Os storyboards animados, animatics, protótipos e monstros poderão ser apresentados em DVD ou PEN-DRIVE, executáveis no sistema operacional Windows, nos formatos universais, a exemplo de:

- a) storyboards animados e animatics, para TV e cinema: avi, mov, Wmv, mpeg, vob;
- b) protótipos e monstros, para rádio: mp3, wma;
- c) protótipos e monstros, para internet: pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

6.1.1.3.9. Os exemplos de peças e ou material devem ser apresentados separadamente do caderno, ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do **envelope 1**. As peças que não se ajustem às dimensões do **envelope 1** poderão ser dobradas.

6.1.1.3.10. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido desde que não prejudique sua leitura - sem limitação de cores, sem suporte e ou *passe-partout*, em qualquer tipo de papel A4 ou A3 até 90 gramas.

6.1.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser desenvolvido por meio de textos, tabelas, gráficos e ou planilhas nos quais deverá ser apresentada:





Câmara Municipal de Barueri

Parlamento 26 de março

ISO 9001 | SA8000 | ISO 14001 | ISO 45001

Concorrência Pública nº 001/2026 – pág. 11

a) Justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante em função da verba referencial indica no “Briefing - ANEXO II”.

b) Simulação do plano de distribuição com todas as peças e ou material constantes da relação prevista no subitem 6.1.1.3.1.

6.1.1.4.1. Da simulação do plano de distribuição deverá contar um resumo geral com informações mínimas sobre:

a) período de distribuição das peças e ou material;

b) quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

c) valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

d) valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;

e) quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;

f) valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia, entre outras que entender pertinente.

6.1.1.4.2. Para fins desta Concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.

6.1.1.4.3. A simulação do plano de distribuição deverá observar ainda as seguintes condições:

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

b) deve ser desconsiderado o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da lei 4.680/65;

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

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).

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

6.2- Envelope 2 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIO - VIA IDENTIFICADA

6.2.1. O Plano de Comunicação Publicitário - Via Identificada, deverá conter cópia fidedigna do plano de comunicação de publicitária, sem os exemplos de peças referentes à Ideia Criativa. Os documentos deverão ser datados e assinados na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

6.3- Envelope 3 - CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A LICITANTE (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problemas de Comunicação)





Os documentos e informações deste envelope **NÃO poderão** ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitário - Via Não Identificada que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do **Envelope 2**.

6.3.1. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO da licitante deverá ser constituída por caderno específico composto por textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e ou outros recursos por meios dos quais a licitante discriminará:

- a) A relação nominal dos seus principais clientes na data da apresentação das Propostas, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) A quantificação e a qualificação 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;
- b1) A qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais;
- b2) os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia da Câmara.
- c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato;
- d) A sistemática de atendimento e 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) As informações de marketing e comunicação, as pesquisas de audiência e a auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da CÂMARA sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

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

6.3.2. REPERTÓRIO

6.3.2.1. O Repertório será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante, agrupados em caderno específico.

6.3.2.1.1. No caderno específico do Repertório deverão ser **apresentadas 10 (dez) peças e ou material**, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado o seguinte:

- a) as peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2021;
- b) as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou PEN-DRIVE, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos);
- c) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas). Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.
- d) as peças e ou material não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a CÂMARA seja ou tenha sido signatário;





e) para cada peça e ou material previstos neste item, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, além do título, data de produção, período de veiculação, e exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de, pelo menos, um veículo que divulgou cada peça.

6.3.2.2. A apresentação de peças e ou material em número inferior ao exigido no “subitem 6.3.2.1.1”, implica, para este quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.

6.3.2.3. A proporcionalidade a que se refere o “subitem 6.3.2.2” será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no “subitem 8.3”.

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

6.3.3 RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

6.3.3.1. A licitante deverá apresentar, em caderno específico, 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.

6.3.3.1.1. As propostas de que trata o subitem 6.3.3.1 devem ter recebido a autorização para sua produção ou terem sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2021.

6.3.3.1.2. A apresentação de apenas 1 (um) relato no caderno específico implica, para este quesito, pontuação máxima equivalente à metade de pontuação máxima prevista no “subitem 8.3 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação”.

6.3.3.1.3. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a CÂMARA seja ou tenha sido signatário.

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

6.3.3.1.5 Na última página do relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário acompanhada do seu nome e cargo ou função, sem necessidade de reconhecimento de firma.

6.3.3.2 Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 03 (três) peças e ou material não computados no limite de páginas a que se refere o subitem 6.3.3.1 independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

a) as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou PEN-DRIVE, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos);

b) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico mencionado no subitem 6.3.3.1, ou serem apresentadas separadamente (soltas), preservadas, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais: Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não;

c) para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com os dados técnicos de produção e/ou veiculação.

6.4. Envelope 4 - ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO





6.4.1. A Proposta de Preço deverá ser elaborada conforme **modelo constante do “Anexo III”**, informando o percentual de honorários incidentes sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes:

- a) à produção e à execução técnica de peça e ou material;
- b) o 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 ou a serem realizadas;
- c) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias
- d) à intermediação na contratação de mídia digital, no caso em que os veículos não remunerem a agência pelo desconto de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei 4.680/65;
- e) o desconto a ser concedido nos custos internos, calculados sobre a “Tabela Referencial de Custos Internos” do **Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo**, observando-se ainda que se destina a atender a exequibilidade do contrato, adotando-se os preços de mercado, estabelecidos referencialmente pelas Normas-Padrão da Atividade Publicitária, incorporadas ao sistema legal por força do disposto no Decreto n. 4563/2002 e do disposto no inciso V do artigo 6º da lei 12.232/2010, que dispõe que na apresentação da proposta de preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário, evitando-se a inexequibilidade do contrato administrativo que vier a ser firmado:

I - Não será aceito percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) sobre serviços externos de produção; sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento; sobre formas inovadoras de comunicação publicitária e remuneração superior a 20% (vinte por cento) sobre o valor da mídia digital adquirida com a intermediação da agência, nos casos em que os veículos não remunerem a agência pelo Desconto Padrão de Agência.

II - Não será aceito desconto inferior a 30% (trinta por cento) sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo;

III - Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será validado o percentual por extenso;

IV - O percentual de honorários, assim como de desconto proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto;

V - O percentual de honorários e os custos internos propostos deverão contemplar todos os custos e despesas, diretos e indiretos, necessários à plena execução dos serviços objeto desta licitação, tais como despesas com pessoal, administração e encargos (obrigações sociais, impostos, taxas, etc);

6.4.2 A Proposta de Preço deverá ser datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.

6.4.3. Serão analisadas apenas as Propostas de Preço das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas.

6.4.4 A classificação das Propostas de Preço observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, **sendo considerada como a de menor preço** aquela que receber maior pontuação, referente ao percentual de honorários mencionados no subitem 6.4.1 e pelo desconto concedido sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo.





Câmara Municipal de Barueri

Parlamento 26 de março

ISO 9001 | SA8000 | ISO 14001 | ISO 45001
Concorrência Pública nº 001/2026 – pág. 15

6.4.5 O prazo de validade da Proposta de Preço deverá ser de, no mínimo, **90 (noventa) dias**, a contar da data da abertura da reunião de licitação, indicada na epígrafe deste Edital.

6.5. Envelope 5 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO:

6.5.1. As licitantes cujas Propostas Técnica e de Preço tenham sido classificadas, deverá entregar os Documentos de Habilitação no dia, hora e local estipulados pela Comissão Permanente de Licitações e Pregões.

6.5.2. Os documentos de Habilitação deverão estar acondicionados no **envelope 5**, apresentado fechado, rubricado no fecho e com os seguintes dizeres na face externa:

ENVELOPE 5

CONCORRÊNCIA Nº..... /.....- (mencionar o nº e ano)

PROCESSO DE AQUISIÇÃO nº

DOCUMENTO PARA HABILITAÇÃO

O envelope 5 deverá ser apresentado apenas pelas licitantes classificadas, devendo ser entregue em envelope opaco, lacrado, com a denominação social da licitante conforme previsto no Edital.

6.5.3. Serão consideradas habilitadas as licitantes que apresentarem os documentos relacionados nos subitens abaixo, desde que atendidos os requisitos das **DISPOSIÇÕES GERAIS SOBRE OS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO - subitem 9.3.**

6.5.4. HABILITAÇÃO JURÍDICA

- a. **No caso de Empresário Individual:** inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede;
- b. **No caso de Sociedade Empresária ou Empresa Individual de Responsabilidade Limitada:** Ato Constitutivo, Estatuto ou Contrato Social em vigor, devidamente registrado na Junta Comercial da respectiva sede, acompanhado de documento comprobatório de seus administradores;
- c. **No caso de Sociedade Simples:** inscrição do Ato Constitutivo no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede, acompanhada de prova da indicação dos seus administradores;
- d. **No caso de Empresa ou Sociedade Estrangeira em funcionamento no País:** Decreto de autorização;

6.5.4.1. Os documentos relacionados acima deverão estar acompanhados de todas as alterações ou da Consolidação respectiva.

6.5.5. REGULARIDADE FISCAL, SOCIAL E TRABALHISTA;

- a. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas, mediante apresentação de Comprovante de Inscrição e de Situação Cadastral expedido pela Receita Federal;





Câmara Municipal de Barueri

Parlamento 26 de março

ISO 9001 | SA8000 | ISO 14001 | ISO 45001
Concorrência Pública nº 001/2026 – pág. 16

- b. Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Estadual e/ou Municipal, nos casos em que a lei exigir, relativo ao domicílio ou sede do fornecedor, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
- c. Prova de regularidade para com a Fazenda Municipal e/ou Estadual, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
 - c.1. No caso de Certidões emitidas pelo Estado de São Paulo, deverão ser apresentadas Certidão de Débitos Tributários Inscritos em Dívida Ativa e Certidão de Débitos Tributários Não Inscritos na Dívida Ativa;
- d. Prova de regularidade para com a Fazenda Federal e a Seguridade Social, mediante apresentação de Certidão Conjunta de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, emitida pela Secretaria da Receita Federal do Brasil e Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional;
- e. Prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS), mediante Certificado de Regularidade do FGTS;
- f. Prova de regularidade perante a Justiça do Trabalho, mediante Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas - CNDT.
- g. Comprovação do cumprimento da reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social (ou certidão que a desobriga), conforme exigência do art. 63, inciso IV da Lei 14.133/2021, expedido pelo Ministério do Trabalho e Emprego através do seguinte endereço eletrônico <https://certidoes.sit.trabalho.gov.br/pcdreab>.

6.5.5.1. As licitantes deverão apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação de regularidade Fiscal e Trabalhista, mesmo que esta apresente alguma restrição, sob pena de serem inabilitadas.

- a. As Empresas de Pequeno Porte (EPP), que apresentarem alguma restrição na comprovação de sua regularidade Fiscal e Trabalhista, terão assegurado o prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar do momento em que for declarada vencedora do certame, prorrogável por igual período a critério da Administração Pública, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais Certidões Negativas ou Positivas com efeito de Certidão Negativa.
- b. A não regularização da documentação, no prazo previsto, implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no artigo 156 da Lei nº 14.133 de 2021, sendo facultado à Administração convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, ou revogar a licitação.

6.5.6. QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

6.5.6.1. Certidão negativa de falência, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica.

6.5.6.2. Prova de Capital Social ou Patrimônio Líquido mínimo de R\$ 130.000,00 (cento e trinta mil reais), equivalente 5% (cinco por cento) do valor da contratação, devendo a comprovação ser feita relativamente à data da apresentação da proposta, na forma da lei (artigo 69, parágrafo 4º da Lei Federal nº 14.133/2021)





6.5.6.3. Balanço patrimonial e demonstrações contábeis dos dois últimos exercícios sociais, já exigíveis e apresentados na forma da Lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, **vedada** a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de **03** (três) meses da data de apresentação dos documentos de habilitação. (artigo 69, inciso I da Lei Federal nº 14.133/2021).

6.5.6.3.1. Serão considerados como legais o balanço e as demonstrações contábeis assim apresentados:

a) pelas sociedades anônimas: publicados em Diário Oficial; ou em jornal de grande circulação; ou por fotocópia registrada; ou autenticada na Junta Comercial da sede ou domicílio da **licitante**.

b) pelas sociedades por cotas de responsabilidade limitada: fotocópia do Livro Diário, inclusive com os Termos de Abertura e de Encerramento, devidamente autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da **licitante** ou em outro órgão equivalente; ou fotocópia do Balanço e das Demonstrações Contábeis devidamente registrados ou autenticados na Junta Comercial da sede ou domicílio da **licitante** e ou Escrituração Contábil Digital, nos termos do Decreto 6.022/2007

c) pelas sociedades criadas no exercício em curso: fotocópia do Balanço de Abertura, devidamente registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da **licitante**.

6.5.6.3.2. Se a licitante tiver sido constituída há menos de 02 (dois) anos de exercício, os documentos referidos no item 6.5.7.3. limitar-se-ão ao último exercício.

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

- Índice de Liquidez Geral (**LG**) superior a 1,00

- Índice de Liquidez Corrente (**LC**) superior a 1,00

- Índice de Solvência Geral (**SG**) superior a 1,00

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

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

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

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

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

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

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

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





6.5.7 QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

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

6.5.7.2. ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA: Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível com o objeto desta licitação, mediante a apresentação de atestado(s) expedido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, que comprove o disposto no art. 2º e no seu parágrafo 1º, incisos I e II, da Lei 12.232/10, bem com o parágrafo 5º. do artigo 67 da Lei Federal nº 14.133/2021.

6.5.8. DOCUMENTAÇÃO COMPLEMENTAR:

- a. Declaração de Empresa de Pequeno Porte, conforme modelo **ANEXO IV**.
- b. Declaração da proponente, sob as penas da lei, de que não emprega menor de 18 anos em funções noturnas, insalubres ou perigosas, e de que não emprega menor de 16 anos em qualquer função, salvo na condição de aprendiz, a partir dos 14 anos, conforme modelo **ANEXO V**.
- c. Declaração da licitante, elaborada em papel timbrado e subscrita por seu representante legal, conforme modelo **ANEXO VI**.

VII DA ABERTURA DOS ENVELOPES

7.1. Os **envelopes 1, 2, 3 e 4** serão recebidos na data e horário estipulados no preâmbulo do Edital e em seguida, em ato público, serão rubricados pela Comissão Permanente de Licitações e Pregões e pelas licitantes presentes e após remetido para exame da Subcomissão Técnica.

7.1.1. Não havendo expediente ou ocorrendo qualquer fato superveniente que impeça a realização do certame na data marcada, a sessão será automaticamente transferida para o primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário e local anteriormente estabelecido, desde que não haja comunicação da COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES E PREGÕES em contrário.

7.1.2. Os integrantes da Subcomissão Técnica **NÃO** poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos envelopes com as Propostas Técnicas e de Preço.

7.2. PRIMEIRA SESSÃO:

7.2.1 Abertura da sessão pública de licitação será realizada no dia, hora e local previsto no preâmbulo deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

7.2.1.1. identificação dos representantes das licitantes, por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.2;

7.2.1.2. entrega dos **envelopes 1, 2, 3 e 4**; sendo que o não recebimento do **envelope 1**, impedirá a recepção dos demais envelopes da mesma licitante;

7.2.1.3. rubricar, no fecho, os envelopes 2 e 4 que permanecerão fechados sob a guarda da COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES E PREGÕES, e separá-los dos envelopes 1 e 3;

7.2.1.4. retirar e rubricar o conteúdo do envelope 1 e 3.





7.2.2. Após o encerramento do prazo para recebimento dos envelopes, nenhum outro envelope, documento ou embalagem será aceito.

7.2.3. A COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES E PREGÕES, antes da abertura do **envelope 1**, adotará medida para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitário.

7.2.4. Abertos os **envelopes 1 e 3**, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES E PREGÕES.

7.2.5. A análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos **envelopes 1 e 3** observarão os seguintes procedimentos:

a) suspensão da sessão para análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica das vias não identificadas do “Plano de Comunicação Publicitária” e “Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problema de Comunicação”;

b) encaminhamento pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos **envelopes 1**;

c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES E PREGÕES, do relatório de julgamento dos “Planos de Comunicação Publicitária”, com a pontuação e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso;

d) encaminhamento, pela COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES E PREGÕES à Subcomissão Técnica, dos **envelopes 3**;

e) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES E PREGÕES do relatório de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Solução de Problema de Comunicação, com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso.

7.2.6. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com fundamento no subitem 8.4, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

7.2.7. O disposto no subitem 8.4 não se aplica aos casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura dos envelopes 2.

7.2.8. As planilhas conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária apresentado pelas licitantes e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Solução de Problemas de Comunicação de cada licitante.

7.3 SEGUNDA SESSÃO:

7.3.1. Após receber os relatórios de julgamento das Propostas Técnicas (envelopes 1 e 3) respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES E PREGÕES designará nova data e horário para realização da segunda sessão pública com a seguinte pauta:

- a) identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante na sessão anterior, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.2;
- b) abertura do receptáculo contendo os **envelopes 2 e 4**;





c) abertura e rubrica do conteúdo do **envelope 2**, cotejo das vias não identificadas (**envelope 1**) com as vias identificadas (**envelope 2**) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;

d) elaboração da planilha geral com o somatório das pontuações atribuídas ao plano de comunicação publicitária e separadamente, aos demais quesitos de cada Proposta Técnica.

7.3.2. Será proclamado o resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando em Ata as propostas em ordem de classificação, assim como as licitantes que foram desclassificadas.

7.3.3. Do resultado do julgamento e classificação ou desclassificação, caberá recurso nos termos do artigo 165 da NLLC.

7.3.3.1. Havendo desistência expressa de todos os concorrentes, do direito de interpor recurso, o que constará em Ata, a COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES E PREGÕES dará prosseguimento ao certame.

7.4. TERCEIRA SESSÃO:

7.4.1. Decididos os recursos, ou, ainda, transcorrido o prazo para sua interposição, a COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES E PREGÕES designará nova data e horário para a sessão de abertura das “Propostas de Preço - **Envelope 4**” das licitantes classificadas, a qual terá a seguinte pauta:

a) identificação dos representantes das licitantes, ou caso a empresa não tenha tido representante nas sessões anteriores, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.2;

b) abertura dos **envelopes 4**, exame e rubrica de seus conteúdos pela Comissão e representantes;

c) julgamento das Propostas de Preço com a identificação das Propostas de menores preços, nos termos da exigência fixada no Edital, registrando em Ata as propostas em ordem de classificação;

d) do julgamento das propostas caberá recurso nos termos do artigo 165, inciso I.

7.5. QUARTA SESSÃO:

7.5.1. Decididos os recursos, ou, ainda, transcorrido o prazo para sua interposição, a COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES E PREGÕES designará nova data e horário para a sessão de recebimento e abertura dos “Documentos de Habilitação - **Envelope 5**” das licitantes classificadas, a qual terá a seguinte pauta:

a) identificação dos representantes das licitantes ou caso a empresa não tenha tido representante nas sessões anterior, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.2;

b) recebimento e abertura dos **envelopes 5**, das licitantes classificadas e decidir sobre a habilitação, conforme previsto nos artigos 62 e seguintes da Lei 14.133/2021 e demais exigências fixadas no Edital;

c) caso a Comissão julgue necessário fazer o exame internamente, encerra-se a sessão;

d) do resultado do julgamento habilitação e inhabilitação, caberá recurso nos termos do artigo 165, inciso I da NLLC.

VIII JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

A) JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA:





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

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

8.2.1. Plano de Comunicação Publicitária:

8.2.1.1 Raciocínio Básico - (máximo de 10 pontos) a acuidade de compreensão:

- a) Das funções e do papel da CÂMARA nos contextos social, político e econômico;
- b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CÂMARA 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) Do desafio de comunicação expresso no Briefing;
- f) Das necessidades de comunicação da CÂMARA para solucionar esse desafio.

8.2.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária (máximo de 20 pontos):

- a) A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da CÂMARA e a seu desafio 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 da CÂMARA com seus públicos;
- d) A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação expresso no Briefing;
- 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 a CÂMARA, o mercado no qual se insere, seu desafio de comunicação, seus públicos, os objetivos de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível.

8.2.1.3. Ideia Criativa (máximo de 20 pontos):

- a) Sua adequação ao desafio de comunicação expresso no Briefing;
- 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) Simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- g) Sua pertinência às atividades da CÂMARA 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.

8.2.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo de 15 pontos):

- 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;
- 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.

8.2.2. Capacidade de Atendimento (máximo de 15 pontos):

- a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante 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;
- d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição na 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, sem ônus adicional, durante a vigência do Contrato.

8.2.3. Repertório (máximo de 10 pontos):

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

8.2.4. Relatos de soluções de problemas de comunicação (máximo de 10 pontos):

- 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.

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

Quesitos/Subquesitos		Pontos
Plano de Comunicação Publicitária		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

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

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

8.3.3. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em relatórios as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

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

8.3.5 Será considerada mais bem classificada, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação.

8.4 Será desclassificada a Proposta que:

- a) Não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos de sua proposta técnica;
- c) tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das propostas.

B) DA PROPOSTA DE PREÇOS:

8.5. Deverá ser apresentada apenas com as informações constantes do **“ANEXO III - Modelo de Proposta de Preços”**.

8.6. Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do Contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

8.7. As propostas das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas, serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

8.9. A licitante deverá apresentar uma única proposta de preços da qual constarão os seguintes itens:

- a) honorários sobre serviços externos de produção intermediados pela agência;
- b) honorários sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento como a intermediação e supervisão da agência;
- c) honorários sobre formas inovadoras de comunicação publicitária com a intermediação e supervisão da agência;
- d) remuneração sobre o valor da mídia digital contratada por intermédio da agência, quando o veículo não remunerar esta com o desconto de agência;





Câmara Municipal de Barueri

Parlamento 26 de março

ISO 9001 | SA8000 | ISO 14001 | ISO 45001
Concorrência Pública nº 001/2026 – pág. 24

e) percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de Custo Internos do Sindicato das Agência de Propaganda do Estado de São Paulo - SINAPRO, a ser concedido pela agência à CÂMARA.

8.10. A proposta também deve consignar, sem estar sujeita à pontuação, os percentuais máximos a serem pagos pela CÂMARA:

8.10.1 Atores e modelos, sobre o cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado.

8.10.2 Aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas a peças, sobre o valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por direito igual ao inicialmente pactuado.

8.11. Os preços ofertados pela licitante devem incluir todos os custos diretos e indiretos relativos aos objetos deste instrumento convocatório, inclusive materiais de uso e consumo para consecução dos serviços, assessoria de marketing, planejamento, criação, mão-de-obra, bem como todos os encargos tributários sociais, trabalhistas, previdenciários, securitários ou quaisquer outros custos decorrentes ou que venham a ser devidos em razão do objeto deste edital, não cabendo ao órgão contratante custos adicionais.

8.11.1. A Classificação das licitantes se dará da seguinte forma:

a) percentual de honorários sobre produção e execução técnica externa, com a intermediação e supervisão da agência, de peças ou material:

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
20	Até 10%
18	11%
15	12%
12	13%
10	14%
05	15%

b) percentual de honorários sobre o planejamento e a 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 ou a serem realizadas, com a intermediação e supervisões da agência.

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
20	Até 10%
18	11%
15	12%
12	13%
10	14%
05	15%





Câmara Municipal de Barueri

Parlamento 26 de março

ISO 9001 | SA8000 | ISO 14001 | ISO 45001
Concorrência Pública nº 001/2026 – pág. 25

c) percentual de honorários sobre a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, com a intermediação e supervisão da agência.

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
20	Até 10%
18	11%
15	12%
12	13%
10	14%
05	15%

d) percentual de remuneração sobre a contratação de mídia digital com a intermediação da agência, quando o veículo não remunerar a agência pelo desconto de agência.

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
20	Até 15%
18	16%
15	17%
12	18%
10	19%
05	20%

e) desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, fixados nos limites estabelecidos nos quesitos 6.4, com pontuação conforme a seguinte tabela:

PONTOS	DESCONTO SOBRE A TABELA DE CUSTO INTERNOS
20	De 50% ou acima de 50%
15	De 45% a 49%
12	De 40% a 44%
10	De 30% a 39%

8.11.2. Serão consideradas as melhores proposta de preço aquelas que atingirem as maiores pontuações através da fórmula abaixo:





$$\text{NFPC} = \text{D1} + \text{D2} + \text{D3} + \text{D4} + \text{D5}$$

NFPP= Nota final da Proposta de Preço

D1 - Pontuação aplicada ao percentual sobre honorários de produção externa.

D2 - Pontuação aplicada ao percentual de honorários sobre pesquisa e outros instrumentos de avaliação

D3 - Pontuação aplicada ao percentual de honorários sobre formas inovadoras de comunicação.

D4 - Pontuação aplicada ao percentual de remuneração da agência sobre o valor da mídia digital intermediada pela agência, que não enseje o pagamento do desconto de agência pelos veículos de divulgação.

D5 - Pontuação aplicada ao Desconto sobre a Tabela de Custo Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo

c) DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS:

8.12. A Pontuação Final será obtida através da fórmula abaixo:

$$\text{PF} = (\text{NFPT} \times 0,70) + (\text{NFPP} \times 0,30), \text{ onde:}$$

PF = Pontuação final

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica

NFPP = Pontuação relativa à proposta de preço

8.13. Havendo empate, o desempate se dará através da atribuição da maior nota aos quesitos da proposta técnica, na seguinte ordem:

a) Estratégia de Comunicação Publicitária;

b) Ideia Criativa;

c) Raciocínio Básico;

d) Estratégia de Mídia e Não Mídia.

8.14. Após a utilização do critério de desempate, persistindo o empate, a decisão se fará através de sorteio que ocorrerá em sessão pública.

8.15. Será considerada vencedora, a Licitante mais bem classificada no julgamento final da média ponderada entre as Propostas Técnicas e de Preços.

8.16. Será assegurado, como critério de desempate, preferência de contratação para as empresas de pequeno porte, entendendo-se como empate aquelas situações em que o resultado final, constituído pela média ponderada das pontuações das Propostas Técnica e de Preço, alcançada pelas microempresas e empresas de pequeno porte, sejam iguais à média ponderada apresentada pela licitante mais bem classificada e desde que não seja esta uma microempresa ou empresa de pequeno porte.

8.17. Ocorrendo o empate entre microempresas e empresas de pequeno porte, será realizado sorteio entre elas.

8.18. A empresa de pequeno porte que usufruir dos benefícios de que trata a lei complementar n. 123/2006 deverá apresentar, na forma da lei, juntamente com os documentos de habilitação, a declaração de que não se encontra em nenhuma das situações do §4º, do artigo 3º e que no ano calendário da realização da licitação, ainda não celebrou contratos com a Administração Pública cujos





valores somados extrapolem a receita máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte.

IX DA HABILITAÇÃO

9.1. Os documentos de Habilitação deverão ser entregues à COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES E PREGÕES pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

9.1.1. A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame.

9.1.2. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação na forma prevista no **subitem 6.5.**

9.2. A COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES E PREGÕES analisará os documentos de Habilitação e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos.

9.2.1. Se nenhuma licitante restar habilitada, a CÂMARA reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas para apresentar os respectivos documentos, **no prazo de 8 (oito) dias úteis**, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

9.3. DISPOSIÇÕES GERAIS SOBRE OS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO:

9.3.1. Serão aceitas certidões positivas de débito, com efeitos de negativa, nos termos do artigo 206 do Código Tributário Nacional.

9.3.2. A documentação conforme o caso deverá ser compatível com as respectivas inscrições nas esferas Federal, Estadual e Municipal, sendo vedada, na apresentação, a mesclagem dos documentos de estabelecimentos diversos (números de inscrição no C.N.P.J., I.E. e C.C.M.).

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

9.3.4. Caso a licitante pretenda que um dos seus estabelecimentos, que não o participante desta licitação, execute o futuro contrato, deverá ser apresentada a documentação de ambos os estabelecimentos.

9.3.5. As Certidões que não apresentarem em seu teor, data de validade previamente estabelecida pelo órgão expedidor, deverão ter sido expedidas até 90 (noventa) dias antes da data da Sessão Pública desta Concorrência.

9.3.6. A aceitação dos documentos obtidos via "internet" ficará condicionada à confirmação de sua validade, também por esse meio, pela COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES E PREGÕES.

9.3.6.1. Excetua-se o Documento que, por imposição legal, tenha prazo de vigência indeterminado.

9.3.7. Os documentos poderão ser apresentados no original, por qualquer processo de cópia reprográfica autenticada por tabelião por força de Lei, ou a publicação em órgão da imprensa na forma da lei e serão anexados ao processo licitatório, inclusive na hipótese da apresentação de documentos originais.





9.3.8. As autenticações poderão ser feitas pelos membros da COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES E PREGÕES, mediante cotejo da cópia com o original.

9.3.9. Os documentos exigidos para habilitação, não poderão, em hipótese alguma, ser substituídos por protocolos que configurem o seu requerimento, não podendo, ainda, ser apresentados posteriormente ao prazo fixado para a abertura do certame.

9.3.10. Os documentos apresentados poderão ser diligenciados a qualquer momento quando houver dúvida em relação à sua autenticidade.

9.3.11. Se algum documento apresentar falta não sanável, esta acarretará a inabilitação da licitante.

9.3.12. Todas as declarações devem ser assinadas por Representante Legal ou por Procurador devidamente constituído através de Procuração Pública ou Privada, ficando a Empresa passível das punições legais, caso apresente documentos falsos ou inidôneos.

9.3.13. Havendo necessidade de analisar minuciosamente os documentos exigidos, o(a) Pregoeiro(a) suspenderá a sessão, informando a nova data e horário para a continuidade da mesma.

9.3.14. Constatado o atendimento às exigências de Habilitação fixadas no Edital, o licitante será declarado vencedor.

X DA ADJUDICAÇÃO, DA HOMOLOGAÇÃO E CONSEQUENTE CONTRATO

10.1. Após o julgamento a COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES E PREGÕES encaminhará o processo à autoridade competente para, a seu critério, homologar e adjudicar o objeto do certame à empresa vencedora, com a consequente convocação para assinatura do contrato.

10.2. As cláusulas gerais do instrumento contratual constam do “ANEXO VII” presente neste Edital.

10.3. A adjudicatária deverá no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados da sua convocação, comparecer para assinatura do contrato, observado o prazo de validade da proposta. Será facultado à Administração, quando a convocada não assinar o termo de contrato ou não aceitar ou não retirar o instrumento equivalente no prazo e nas condições estabelecidas, convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a celebração do contrato nas condições propostas pelo licitante vencedor.

10.4. O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado por igual período mediante solicitação expressa e justificada da adjudicatária.

10.5. GARANTIA CONTRATUAL: A contratada deverá prestar garantia de execução contratual, nos termos do artigo 96 da Lei Federal nº 14.133/2021, correspondente a 1% (um por cento) do valor inicial do contrato (conforme previsto no Termo de Referência), como condição para assinatura contratual, podendo optar por uma das seguintes modalidades:

I – caução em dinheiro ou em títulos da dívida pública;

II – seguro-garantia;

III – fiança bancária emitida por instituição autorizada a funcionar no País.

10.5.1. A garantia deverá permanecer válida durante toda a vigência contratual, abrangendo eventuais prorrogações, aditamentos e obrigações trabalhistas, previdenciárias e fiscais relacionadas à execução do contrato, devendo ser renovada, complementada ou atualizada nas hipóteses de alteração do valor contratual ou prorrogação da vigência.

10.5.2. Na hipótese de opção pela modalidade seguro-garantia, aplica-se o disposto no §3º do artigo 96 da Lei Federal nº 14.133/2021, devendo a apólice ser emitida em favor da Contratante e





apresentada no prazo de 01 (um) mês, contado da data de homologação da licitação e anterior à assinatura do contrato.

10.5.3. A garantia responderá pelo fiel cumprimento de todas as obrigações assumidas pela contratada, inclusive multas, prejuízos causados à Administração e indenizações decorrentes de inadimplemento contratual, observadas as disposições legais e contratuais aplicáveis.

10.5.4. O descumprimento da obrigação de prestação da garantia, bem como sua não renovação, complementação ou manutenção, poderá ensejar a aplicação das sanções previstas neste edital, sem prejuízo da convocação dos licitantes remanescentes, nos termos da legislação vigente.

XI DA FISCALIZAÇÃO

11.1. A CÂMARA nomeará servidor como fiscal(is) para fins de fiscalização do contrato resultante desta Concorrência, devendo registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços, os quais terão poderes para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção.

XII DO RECEBIMENTO DO OBJETO DO CONTRATO

12.1. O objeto desta licitação será recebido pela unidade requisitante, consoante o disposto no artigo 140 da Lei 14.133/2021 e demais normas pertinentes.

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

a) Refutá-lo no todo ou em parte, determinando a substituição de produto, refazimento dos serviços ou rescindir a contratação, sem prejuízo das penalidades previstas;

b) Na hipótese de substituição de produto ou refazimento de serviços, a contratada deverá fazê-lo em conformidade com as condições estabelecidas no instrumento contratual, no prazo máximo de 15 dias, contados da notificação por escrito, sem que isto implique em quaisquer ônus para a CÂMARA MUNICIPAL DE BARUERI;

c) Na impossibilidade de serem substituídos ou refeitos, aplicar-se-ão as sanções cabíveis.

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

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

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

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

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

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





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

XIII CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

13.1. O pagamento será efetuado dentro da **ordem cronológica** e conforme condições e prazos previstas no **Ato da Presidência de nº 006/2024**, disponível em <https://www.barueri.sp.leg.br/transparencia/licitacoes-e-contratos/regulamentacao>.

13.2. O **prazo de liquidação** da despesa é de **10 (dez) dias úteis**, a contar do recebimento da nota fiscal pelo Gestor do Contrato.

13.3. O **prazo para pagamento** é de **05 (cinco) dias úteis**, a contar da liquidação da despesa.

13.4. Em caso de atraso no pagamento, por culpa exclusiva da CONTRATANTE, serão devidos juros moratórios de 0,5% ao mês e atualização monetária com base na variação do **IPCA-E**, ambos calculados e incidentes a partir do término do prazo legal para pagamento.

13.5. As demais condições de pagamento estão dispostas no Termo de Referência e Minuta contratual, partes integrantes deste Edital.

XIV PENALIDADES

14.1. O licitante ou a CONTRATADA será responsabilizada administrativamente pelas infrações elencadas no artigo 155 da Lei 14.133/2021.

14.1.1. Relativas ao certame:

14.1.1.1 – Impedimento de licitar:

Ficará impedida de licitar com o Município de Barueri, pelo prazo máximo de **03 (três) anos**, sem prejuízo das multas previstas em Edital e das demais cominações legais, nos termos do **§4º do art. 156 da Lei nº 14.133/21**, a licitante que:

- a) Deixar de entregar a documentação exigida para o certame;
- b) Não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado;
- c) Não celebrar o Contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta.

14.1.1.2 – Declaração de Inidoneidade:

Ficará impedida de licitar com a Administração Pública direta e indireta de todos os entes federativos pelo **prazo mínimo de 03 (três) anos e máximo de 06 (seis) anos**, sem prejuízo das multas previstas em Edital e das demais cominações legais, nos termos do **§5º do artigo 156 da Lei nº 14.133 de 2021**, o licitante que:

- a) Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação;
- b) Fraudar a licitação;
- c) Comporta-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza, praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação;
- d) Praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação;
- e) Praticar ato lesivo previsto no **art. 5º da Lei 12.846/2013**,

14.1.1.3 – Multas:





Câmara Municipal de Barueri

Parlamento 26 de março

ISO 9001 | SA8000 | ISO 14001 | ISO 45001
Concorrência Pública nº 001/2026 – pág. 31

Além das penalidades acima previstas, também ensejará à licitante a cobrança por via administrativa ou judicial **de multas compensatórias não inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) nem superior a 30% (trinta por cento) sobre o valor total de sua Proposta Comercial.**

- a) Para a inexecução parcial do contrato: multa compensatória de 2% a 5% do valor do contrato.
- b) Em caso de atraso injustificado na execução, poderá ser aplicada multa moratória de 0,5% ao dia sobre a parcela inadimplida, limitada a 10 dias.
- c) Pela inobservância do prazo fixado para apresentação, complementação ou reposição da **GARANTIA** contratual, quando exigida, caberá multa moratória **de 1,0% (um por cento)** por dia de atraso injustificado, incidente sobre o valor da garantia, limitada ao máximo **de 10% (dez por cento)**, sem prejuízo das demais medidas previstas no edital, contrato e legislação aplicável.
- d) Para as infrações descritas nos **itens 14.1.1.1.a até 14.1.1.1.c (IMPEDIMENTO DE LICITAR)**, multa compensatória de **5% (cinco por cento) a 10% (dez por cento)** sobre o valor total de sua Proposta Comercial.
- e) Para as infrações descritas nos **itens 14.1.1.2.a até 14.1.1.2.e (DECLARAÇÃO DE INIDONEIDADE)**, multa compensatória de **10% (dez por cento) a 30% (trinta por cento)** sobre o valor total de sua proposta.

14.1.2. Relativas ao contrato ou Instrumento equivalente:

14.1.2.1 – Advertência, nos termos do §2º do art. 156 da Lei nº 14.133/21.

- a) Dar causa à inexecução parcial do Contrato.

14.1.2.2 – Impedimento de licitar:

Ficará impedida de licitar com o Município de Barueri, pelo prazo máximo de **03 (três) anos**, sem prejuízo das multas previstas em Edital e no Contrato e das demais cominações legais, nos termos do **§4º do art. 156 da Lei nº 14.133/21** a contratada que:

- a) Dar causa à inexecução parcial do Contrato que cause grave dano à Administração, ao funcionamento dos Serviços Públicos ou ao interesse coletivo;
- b) Dar causa à inexecução total do Contrato;
- c) Ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da licitação, sem motivo justificado.

14.1.2.3 – Declaração de Inidoneidade:

Ficará impedida de licitar com a Administração Pública direta e indireta de todos os entes federativos pelo **prazo mínimo de 03 (três) anos e máximo de 06 (seis) anos**, sem prejuízo das multas previstas em Edital e no Contrato e das demais cominações legais, nos termos do **§5º do artigo 156 da Lei nº 14.133 de 2021**, a contratada que:

- a) Prestar declaração falsa durante a execução do Contrato;
- b) Praticar ato fraudulento na execução do Contrato;
- c) Comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza.
- d) Praticar ato lesivo previsto no **art. 5º da Lei 12.846/2013**.

14.1.2.4 – Multas:

Além das penalidades acima previstas, também ensejará à licitante a cobrança por via administrativa ou judicial **de multas compensatórias não inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) nem superior a 30% (trinta por cento), nos termos previstos no Contrato.**

14.2. As penalidades previstas serão impostas após regular procedimento administrativo, garantido o direito prévio do contraditório e da ampla defesa.





XV DOS RECURSOS:

15.1. Dos atos da Administração, inclusive dos julgamentos da Proposta Técnica, da Proposta de Preços e da Habilitação, cabem recursos distintos e em momentos distintos, na forma do disposto no artigo 11, incisos VIII, X e XIII da lei 12.232/2010, em face do critério da especialidade desta norma legal. Dessa forma, consideram-se revogadas e ausentes de efeitos, as partes finais das redações dos citados incisos VIII, X e XIII da referida lei, onde determinam a aplicação da alínea “b” do inciso I do artigo 109 da lei n. 8.666/93. O prazo para interposição de cada um dos recursos possíveis neste certame (relativamente aos julgamentos das fases de Proposta Técnica, Proposta de Preço e Habilitação) será de 03 (três) dias úteis previsto no artigo 165, inciso I da Lei Federal nº 14.133/2021, contado da data da intimação de cada um dos julgamentos.

15.1.1. Igual prazo de três dias úteis caberá à parte interessada em oferecer impugnação (contrarrazões) ao recurso interposto por uma das licitantes.

15.2. Os memoriais de recurso e as contrarrazões deverão ser interpostos e entregues, mediante petição devidamente fundamentados, através do e-mail licitacoes@barueri.sp.leg.br, ou entregue na **Secretaria de Planejamento e Gestão** no endereço Alameda Wagih Salles Nemer, nº 200, Centro, Barueri -SP, CEP: 06401-134, em dias úteis, no horário das 08h às 12h e das 13h às 17h.

15.3. Os recursos intempestivos ou apresentados em desacordo com as condições deste Edital, não terão análise de mérito.

XVI DISPOSIÇÕES GERAIS:

16.1. Para solucionar quaisquer questões oriundas desta licitação, é competente, por disposição legal, o Foro da Comarca de Barueri.

16.3. Fica assegurado à Administração da Câmara, anular ou revogar, a qualquer tempo, no todo ou em parte, a presente licitação, dando ciência aos participantes, na forma da legislação vigente (artigo 71 da Lei Federal nº 14.133/2021).

16.4. Será observado, ainda, quanto ao procedimento desta Concorrência:

16.4.1. A nulidade de procedimento licitatório induz à do contrato, ressalvado, ainda, o dispositivo citado no subitem imediatamente anterior.

16.4.2. No caso de desfazimento do processo licitatório, fica assegurado o contraditório e a ampla defesa.

16.5. As interessadas deverão ter pleno conhecimento dos elementos constantes do Edital, bem como de todas as condições gerais e peculiares do local onde serão executados os trabalhos, não podendo invocar nenhum desconhecimento como elemento impeditivo da formulação e sua proposta ou do perfeito cumprimento do Contrato.

16.6. As licitantes são responsáveis pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação, sob pena das sanções aplicáveis em cada caso, previstas neste edital, não se excluindo as de caráter civil e/ou criminal e a CÂMARA não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

16.7. É vedada a subcontratação, cessão ou transferência no todo ou em parte do objeto licitado, sem expressa anuência da Contratante.





Câmara Municipal de Barueri

Parlamento 26 de março

ISO 9001 | SA8000 | ISO 14001 | ISO 45001
Concorrência Pública nº 001/2026 – pág. 33

16.8. Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital e seus Anexos, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento, iniciando-se ou vencendo os prazos, somente em dias de expediente da CÂMARA.

16.9. Os demais atos relativos a esta licitação serão realizados mediante publicação na Imprensa Oficial e na divulgação do site da CÂMARA.

16.10. No processo licitatório, o desatendimento de exigências meramente formais que não comprometerem a aferição da qualificação do licitante ou a compreensão do conteúdo de sua proposta não importará seu afastamento da licitação ou a invalidação do processo.

16.11. As partes responderão por perdas e danos pelo inadimplemento de suas obrigações contratuais, além de outras cominações definidas na legislação em vigor.

XVII FAZEM PARTE DO PRESENTE EDITAL:

ANEXO I – Termo de referência;

ANEXO II - Briefing;

ANEXO III - Modelo de Proposta de Preços;

ANEXO IV – Declaração de ME e EPP;

ANEXO V - Prova de cumprimento ao artigo 7º, inc. XXXIII da Constituição Federal;

ANEXO VI – Declarações Gerais de:

- Conhecimento do instrumento convocatório;
- Inexistência de impedimentos para a participação do certame;
- Elaboração independente de Proposta;
- Que a proposta apresentada foi elaborada de maneira independente;
- Que a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial desta Concorrência;
- Que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial desta Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;
- Que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato desta Concorrência;
- Que o conteúdo da proposta apresenta para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante da CÂMARA Municipal.

ANEXO VII - Minuta de Contrato.

Barueri, 29 de maio de 2026.

Flávia Cavaleiro Rodrigues
Secretária de Planejamento e Gestão





Concorrência Pública nº 001/2026
Anexo I – TERMO DE REFERÊNCIA

1. OBJETO (Art. 6º, inciso XXIII, alínea “a”, da Lei nº 14.133/2021)

1.1. O presente Termo de Referência tem por finalidade instruir o processo licitatório destinado à contratação de serviços de publicidade institucional, prestados por intermédio de agência de propaganda, de interesse da **Câmara Municipal de Barueri**, compreendendo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação, a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de dar publicidade aos atos, programas, ações, serviços e campanhas institucionais, bem como informar o público em geral e fortalecer o relacionamento entre o Poder Legislativo e a sociedade.

1.2. Também integram o objeto da presente contratação, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

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

1.3. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 1.1 terão por finalidade:

- Gerar conhecimento sobre o ambiente de atuação institucional da Câmara Municipal de Barueri, seus públicos de interesse e os veículos e meios de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas, ações e peças publicitárias;
- Aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação das mensagens publicitárias;
- Possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas e peças publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade institucional.

1.4. Trata-se de serviço especial de natureza predominantemente intelectual, cuja execução exige conhecimento técnico especializado, nos termos da legislação aplicável, não se enquadrando como serviço comum.

2. DA JUSTIFICATIVA - FUNDAMENTAÇÃO DA CONTRATAÇÃO (Art. 6º, inciso XXIII, “b” da Lei nº 14.133/2021)

2.1. A presente contratação justifica-se pela necessidade de assegurar a adequada execução das ações de comunicação institucional da Câmara Municipal de Barueri, destinadas à divulgação clara, objetiva, educativa e transparente dos atos legislativos, programas, projetos, serviços, campanhas, eventos e demais informações de interesse público, em observância ao dever constitucional de publicidade e aos princípios da transparência e do acesso à informação.

2.2. A comunicação institucional do Poder Legislativo Municipal constitui instrumento essencial para aproximar a Câmara da sociedade, ampliar o conhecimento da população acerca de suas atribuições





legais e regimentais e promover a participação cidadã nas atividades parlamentares, especialmente nas sessões plenárias, audiências públicas, reuniões de comissões, consultas públicas e demais iniciativas de interesse coletivo.

2.3. As ações de comunicação institucional da Câmara Municipal de Barueri orientam-se, dentre outros, pelos seguintes eixos:

- I. Divulgar, de forma acessível e compreensível, a atuação legislativa, fiscalizatória, administrativa e institucional da Câmara Municipal;
- II. Fortalecer a transparência ativa e a prestação de contas, assegurando à população amplo acesso às informações de interesse público;
- III. Estimular a participação social e o exercício da cidadania, por meio da ampla difusão de canais institucionais, serviços, eventos e mecanismos de interlocução com o Poder Legislativo;
- IV. Consolidar a identidade institucional da Câmara Municipal de Barueri, promovendo comunicação integrada, educativa e alinhada ao interesse público.

2.4. A adequada comunicação com a sociedade exige planejamento técnico, linguagem clara, unidade de mensagem e definição eficiente dos meios e estratégias de divulgação, de modo a garantir que as informações institucionais alcancem a população de forma tempestiva, compreensível e efetiva.

2.5. O atual ambiente informacional, marcado pela velocidade da circulação de conteúdo, pela multiplicidade de plataformas e pela transformação dos hábitos de consumo de informação, impõe à Administração Pública a adoção de soluções profissionais de comunicação, aptas a atender às exigências contemporâneas de agilidade, acessibilidade, transparência e interação social.

2.6. Nesse contexto, a publicidade institucional demanda atuação integrada nas etapas de estudo, planejamento, criação, produção, execução, mídia, pesquisa e mensuração de resultados, com utilização de recursos técnicos e tecnológicos adequados, tanto em meios tradicionais quanto digitais, o que reforça a necessidade de contratação de agência especializada.

2.7. Assim, a contratação pretendida revela-se necessária e adequada para assegurar maior eficiência às ações de comunicação institucional da Câmara Municipal de Barueri, ampliar o alcance das informações de interesse público, fortalecer a transparência ativa e contribuir para o pleno exercício do controle social e da cidadania.

2.8. As quantidades foram estimadas considerando a natureza predominantemente intelectual dos serviços de publicidade, os quais não se submetem a padrões fixos de execução nem permitem a definição prévia de produtos específicos a serem entregues ao longo da vigência contratual. Diferentemente de serviços comuns, cujos quantitativos podem ser previamente mensurados com base em técnicas e métodos padronizados, os serviços publicitários dependem de soluções estratégicas e criativas que somente podem ser delineadas conforme as demandas concretas da Administração.

2.9. A estimativa, portanto, não se vincula à definição antecipada de peças, formatos ou metragens determinadas, mas sim à previsão global de execução contratual, compatível com a dinâmica das necessidades institucionais da Câmara Municipal de Barueri. A criação, o desenvolvimento, a produção e a veiculação das campanhas ocorrerão conforme a conveniência administrativa e as estratégias de comunicação adotadas no decorrer do contrato.

2.10. Desse modo, as quantidades foram dimensionadas de forma compatível com a expectativa de demandas institucionais durante o período de vigência contratual, preservando a flexibilidade





necessária à atuação da agência contratada e evitando tanto a subestimação quanto o superdimensionamento do objeto, em observância aos princípios do planejamento, da razoabilidade e da eficiência administrativa.

2.11. A presente contratação não está diretamente relacionada a outra contratação específica em curso, possuindo autonomia funcional e administrativa no âmbito das ações de comunicação institucional da Câmara Municipal de Barueri.

2.12. A contratação será realizada em lote único, sem parcelamento, tendo em vista a necessidade de unidade técnica, estratégica e operacional na execução dos serviços de publicidade institucional.

2.13. A presente contratação será regida, no que couber, pelas disposições da Lei nº 12.232/2010, aplicando-se subsidiariamente a Lei nº 14.133/2021, bem como a Lei nº 4.680/1965, o Decreto nº 57.690/1966, as Normas-Padrão da Atividade Publicitária e demais legislações e regulamentações aplicáveis à matéria.

3. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO (Art. 6º, inciso XXIII, alínea “c”, da Lei nº 14.133/2021) Da Contratação dos Serviços de Publicidade e seu Fundamento

3.1. A solução consiste na contratação de agência de propaganda especializada para a prestação de serviços de publicidade institucional de interesse da Câmara Municipal de Barueri, compreendendo, de forma integrada, o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação, a supervisão da execução externa, a distribuição e a veiculação de campanhas, ações e peças publicitárias, com a finalidade de divulgar atos, programas, serviços e informações de interesse público, bem como fortalecer a identidade institucional do Poder Legislativo Municipal.

3.2. Nos termos da Lei nº 12.232/2010, a contratação de serviços de publicidade pela Administração Pública deve ser precedida de regular processo licitatório e ser executada necessariamente por intermédio de agência de propaganda.

3.3. Os serviços abrangem atividades integradas de planejamento estratégico, criação publicitária, produção e execução técnica, desenvolvimento de conteúdo, adaptação de peças, planejamento e execução de mídia, acompanhamento de veiculações, mensuração de resultados e demais providências correlatas necessárias à adequada execução contratual.

3.4. Integram, ainda, o objeto da contratação, como atividades complementares, o planejamento e a execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento, a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária e a produção e execução técnica das peças e/ou materiais criados pela agência contratada.

3.5. É vedada a inclusão, no objeto contratual, de atividades estranhas aos serviços de publicidade, tais como assessoria de imprensa, relações públicas, promoção, organização de eventos festivos e outras que não guardem pertinência com a legislação específica aplicável.

3.6. Os serviços serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que possua certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

3.7. Aplicam-se à presente contratação, de forma principal, a Lei nº 12.232/2010 e, subsidiariamente, a Lei nº 14.133/2021, bem como a Lei nº 4.680/1965, o Decreto nº 57.690/1966, as Normas-Padrão da Atividade Publicitária e demais disposições legais e regulamentares pertinentes.





Câmara Municipal de Barueri

Parlamento 26 de março

ISO 9001 | SA8000 | ISO 14001 | ISO 45001
Concorrência Pública nº 001/2026 – pág. 37

3.8. O procedimento licitatório será realizado na modalidade Concorrência, **adotando-se o critério de julgamento técnica e preço**, em razão de se tratar de serviço especial de natureza predominantemente intelectual, nos termos da legislação aplicável.

3.9. A licitação será realizada na forma presencial, **nos termos do art. 17, § 2º, da Lei nº 14.133/2021, considerando as especificidades da contratação de serviços de publicidade disciplinadas pela Lei nº 12.232/2010**, especialmente quanto à apresentação e ao julgamento do Plano de Comunicação Publicitária, à atuação de Subcomissão técnica especializada e à necessidade de garantia da inviolabilidade das propostas técnicas até sua abertura.

3.10. A adoção da forma presencial visa assegurar maior controle sobre os procedimentos de recebimento, guarda, abertura e julgamento das propostas, bem como preservar o sigilo, a integridade e a rastreabilidade dos atos praticados, reduzindo riscos operacionais e questionamentos quanto à condução do certame, sem prejuízo da utilização de meios eletrônicos quando compatíveis com as exigências legais e técnicas do objeto.

3.11. As sessões públicas serão integralmente registradas por meio de gravação audiovisual, com posterior juntada aos autos do processo administrativo, garantindo a publicidade dos atos e a possibilidade de auditoria.

3.12. Por tratar-se de serviços continuados, poderá ser prorrogado, desde que demonstrada a vantagem para a Administração e mantidas as condições mais vantajosas para a Câmara Municipal de Barueri.

3.13. Os pagamentos devidos à agência CONTRATADA serão efetuados após a efetiva prestação dos serviços, desde que devidamente atestada a execução dos serviços pela Administração, mediante apresentação da documentação fiscal pertinente, comprovação da regularidade exigida e observância das condições estabelecidas no Edital e no contrato.

3.14. A execução da solução observará **ciclo contínuo de planejamento, criação, aprovação, produção, veiculação, acompanhamento e avaliação das ações publicitárias, conforme demandas da Administração**, garantindo a adequada entrega dos resultados institucionais pretendidos.

4. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO (Art. 6º, inciso XXIII, alínea “d”, da Lei nº 14.133/2021)

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, que possuam certificado de qualificação técnica de funcionamento e atendam às demais exigências estabelecidas no Edital e em seus Anexos.

4.2. O certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata o art. 4º, § 1º, da Lei nº 12.232/2010 deverá ser emitido pelo CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão, ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de funcionamento de agência de propaganda.

4.3. Não será admitida a participação de empresas reunidas em consórcio, em razão da natureza integrada, contínua e estrategicamente coordenada dos serviços publicitários objeto da contratação, cuja execução demanda unidade de gestão, alinhamento técnico e responsabilização centralizada da contratada.

4.4. Também não será admitida a participação de pessoas jurídicas constituídas sob a forma de cooperativa, tendo em vista a natureza predominantemente intelectual, contínua e integrada dos





serviços de publicidade institucional, incompatível com a forma de execução típica desse modelo societário.

4.5. Não poderão participar desta Concorrência as agências de propaganda:

- I. Que se encontrem impedidas de licitar e contratar com a Administração Pública, ou tenham sido declaradas inidôneas, nos termos da legislação aplicável;
- II. Cujas falências tenham sido decretadas, ou que estejam em processo de dissolução ou liquidação;
- III. Estrangeiras que não funcionem no País;
- IV. Cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou mantenham vínculo profissional com a Câmara Municipal de Barueri apto a comprometer a isonomia ou a imparcialidade do certame;
- V. Que atuem sem fins lucrativos.

4.6. A execução dos serviços deverá observar as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, bem como as diretrizes aplicáveis à comunicação institucional da Administração Pública.

4.7. **Não será admitida a subcontratação** de outra agência de propaganda para execução do objeto, sendo permitida a contratação de fornecedores especializados e de veículos de divulgação, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

4.8. **Garantia da CONTRATAÇÃO:**

Será exigida **garantia da contratação no percentual de 1% (um por cento) do valor anual estimado do contrato**, nos termos do art. 96 da Lei nº 14.133/2021.

4.8.1. A garantia deverá ser apresentada pela CONTRATADA no prazo estabelecido no Edital, em uma das seguintes modalidades:

- I. Caução em dinheiro ou em títulos da dívida pública;
- II. Seguro garantia;
- III. Fiança bancária.

4.8.2. A garantia tem por finalidade assegurar o fiel cumprimento das obrigações contratuais, incluindo eventuais prejuízos decorrentes de inadimplemento, sem prejuízo das demais penalidades previstas.

4.9. **Para fins de habilitação, a licitante deverá apresentar a documentação a seguir indicada:**

4.9.1. **Habilitação Jurídica**

- I. Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresárias, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado dos documentos de eleição de seus administradores;
- II. Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;
- III. Documento de identificação do(s) representante(s) legal(is) da licitante;
- IV. Registro comercial ou requerimento de empresário, no caso de empresário individual.

4.9.2. **Regularidade Fiscal, Social e Trabalhista**

- I. Inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica – CNPJ;
- II. Inscrição no cadastro de contribuintes estadual e/ou municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;





- III. Prova de regularidade perante as Fazendas Federal, Estadual e Municipal do domicílio ou sede da licitante, ou outra equivalente, na forma da lei;
- IV. Prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS;
- V. Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho;
- VI. Declaração de cumprimento do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal.

4.9.2.1. Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as Fazendas Públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade suspensa, sendo admitidas certidões positivas com efeitos de negativa.

4.9.2.2. Será considerada válida, pelo prazo de 90 (noventa) dias contados da data de sua emissão, a certidão que não consignar expressamente seu prazo de validade, salvo disposição legal específica em sentido diverso.

4.9.2.3. Para verificação das condições de participação das licitantes, poderão ser realizadas consultas aos cadastros públicos pertinentes, inclusive ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas – CEIS, ao Cadastro Nacional de Empresas Punidas – CNEP e ao cadastro mantido pelo Conselho Nacional de Justiça relativo a condenações por ato de improbidade administrativa, sem prejuízo de outras consultas julgadas necessárias pela Comissão de Contratação.

4.9.3. Qualificação Técnica

- I. Atestado(s) de capacidade técnica e/ou certidão(ões), que comprove(m) aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível com o objeto desta licitação, mediante a apresentação de atestado(s) expedido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, em papel timbrado, assinado(s), com indicação do cargo e identificação dos representantes dos respectivos declarantes, que comprove(m) a execução de serviços compatíveis com o disposto no art. 2º e no art. 2º, § 1º, incisos I e II, da Lei nº 12.232/2010, bem como com o art. 67, § 5º, da Lei nº 14.133/2021.
- II. Certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo **CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão**, ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no art. 4º, § 1º, da lei nº 12.232/2010.

4.9.3.1. A Administração poderá promover diligência para verificar a autenticidade, a veracidade e a **suficiência das informações constantes dos documentos apresentados.**

4.9.3.2. A exigência de qualificação técnica justifica-se em razão da complexidade, natureza estratégica e relevância dos serviços de publicidade institucional.

4.9.4. Qualificação Econômico-Financeira

- I. Certidão negativa de feitos sobre falência expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, dentro do prazo de validade;
- II. Balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, já exigíveis e apresentados na forma da lei, vedada sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, observada a exceção prevista no art. 69, § 6º, da Lei nº 14.133/2021;





- a. O balanço patrimonial deverá estar assinado pelo representante legal da licitante e pelo profissional responsável por sua elaboração, devidamente registrado no respectivo conselho de classe;
- b. Se necessária a atualização do balanço patrimonial e do patrimônio líquido, deverá ser apresentado memorial de cálculo correspondente, assinado pelo representante legal da empresa e pelo profissional responsável por sua elaboração, devidamente registrado no respectivo conselho de classe;
- c. O balanço patrimonial deverá estar registrado na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo societário da licitante, admitida a apresentação na forma do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, quando cabível.

4.9.4.1. As sociedades constituídas no exercício em curso, ou com menos de 1 (um) ano de existência, deverão apresentar:

- a. Balanço de abertura, no caso de sociedade sem movimentação;
- b. Balanço intermediário, no caso de sociedade com movimentação.

4.9.4.2. A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita mediante a apuração dos índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), que deverão ser superiores a 1 (um), calculados pelas seguintes fórmulas:

LG = Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo

Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

SG = Ativo Total

Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

LC = Ativo Circulante

Passivo Circulante

4.9.4.3. Os índices de que trata o subitem anterior deverão ser calculados pela licitante e confirmados pelo profissional responsável por sua contabilidade, mediante assinatura e identificação com número de registro no respectivo conselho de classe.

4.9.4.4. A licitante que apresentar resultado igual ou inferior a 1 (um) em qualquer dos índices referidos no subitem **4.9.4.2** deverá comprovar capital social ou patrimônio líquido mínimo equivalente a **5% (cinco por cento)** do valor estimado da contratação.

4.10. A gestão e a fiscalização do contrato serão exercidas pelos agentes designados pela autoridade competente, nos termos do **Ato da Presidência nº 007/2024 da Câmara Municipal de Barueri**, cabendo ao gestor e ao fiscal acompanhar a execução contratual, registrar ocorrências, avaliar o desempenho da contratada, solicitar correções, atestar a prestação dos serviços e adotar as providências necessárias ao fiel cumprimento do ajuste.





4.11. **Prazo do contrato/vigência:** O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses, admitidas prorrogações por iguais e sucessivos períodos, até o limite de 10 (dez) anos, na forma dos artigos 106 e 107 da Lei 14.133/21.

4.12. **Sustentabilidade:** Na execução dos serviços deverão ser observadas práticas de sustentabilidade, tais como a priorização de meios digitais, a racionalização de materiais impressos, o uso de insumos recicláveis quando aplicável e a adoção de práticas que reduzam impactos ambientais, em conformidade com as diretrizes da Administração Pública.

5. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO

5.1. Os serviços objeto da contratação serão executados e entregues, mediante demanda, em regime de execução indireta, por empreitada por preço unitário.

5.2. Para cada ação publicitária a ser desenvolvida, a Contratante encaminhará à Contratada briefing específico, contendo as informações, diretrizes e objetivos necessários à análise da demanda e à elaboração da respectiva proposta de execução.

5.3. A execução do contrato observará, em regra, as seguintes etapas sequenciais:

a) planejamento estratégico da ação publicitária, com levantamento das necessidades da Contratante, análise do público-alvo, definição das estratégias de comunicação e apresentação das diretrizes aplicáveis à demanda;

b) criação, desenvolvimento e apresentação das peças, campanhas, materiais e demais soluções publicitárias pertinentes;

c) análise, pela Contratante, das peças e materiais apresentados, para fins de aprovação ou solicitação de ajustes, mediante manifestação por escrito;

d) execução das campanhas publicitárias, conforme o planejamento aprovado, com veiculação nos meios de comunicação e divulgação definidos para cada ação;

e) acompanhamento da execução pela Contratada, com apresentação de informações e relatórios à Contratante acerca do andamento da campanha, da veiculação e do desempenho das ações implementadas;

f) encerramento da ação publicitária, com apresentação de relatório final contendo a consolidação das atividades executadas, a análise dos resultados alcançados e, quando pertinente, recomendação de realização de pesquisas ou outros instrumentos de avaliação.

5.4. Contratante e Contratada poderão realizar reuniões periódicas de acompanhamento da execução contratual e de alinhamento estratégico, em formato presencial ou por meio digital, sempre que necessário ao adequado desenvolvimento dos serviços.

5.5. O prazo inicial de vigência do contrato será de 12 (doze) meses, contado da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado, mediante justificativa e demonstração de vantagem para a Administração, nos termos da Lei nº 14.133/2021.

5.6. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE E DA CONTRATADA (Art. 6º, inciso XXIII, alínea “e”, da Lei nº 14.133/2021)

5.6.1. **São obrigações da Contratante:**

5.6.1.1. Designar gestor e fiscal do contrato, definindo-lhes as atribuições e os procedimentos de acompanhamento e fiscalização da execução contratual.





5.6.1.2. Comunicar, por escrito, à Contratada toda e qualquer orientação acerca dos serviços, ressalvados os entendimentos verbais determinados pela urgência, os quais deverão ser confirmados por escrito no prazo de até 24 (vinte e quatro) horas.

5.6.1.3. Fornecer e colocar à disposição da Contratada todos os elementos, dados e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços.

5.6.1.4. Proporcionar condições adequadas para a boa execução dos serviços contratados.

5.6.1.5. Notificar, formal e tempestivamente, a Contratada acerca de irregularidades observadas no cumprimento do contrato.

5.6.1.6. Comunicar à Contratada, por escrito e assegurado o direito à ampla defesa e ao contraditório, a eventual aplicação de multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

5.6.1.7. Cumprir os compromissos financeiros assumidos com a Contratada, na forma e nos prazos estabelecidos no Edital e no contrato.

5.6.2. **São obrigações da Contratada:**

5.6.2.1. Observar as normas e princípios ambientais aplicáveis, adotando, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de mitigação de impactos ambientais, nos termos da legislação vigente.

5.6.2.2. Não ceder, transferir ou subcontratar, no todo ou em parte, o contrato, nem subcontratar outra agência de propaganda para a execução do objeto, sem prejuízo da contratação de fornecedores especializados e de veículos de divulgação, na forma da Lei nº 12.232/2010.

5.6.2.3. Manter, durante toda a execução contratual, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

5.6.2.4. Apresentar, sempre que solicitada pela Contratante e para fins de pagamento, os documentos comprobatórios de regularidade fiscal, social, trabalhista e previdenciária.

5.6.2.5. Executar os serviços com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de terceiros, na forma estabelecida pela Lei nº 12.232/2010, observadas as especificações fixadas pela Contratante.

5.6.2.6. Negociar sempre as melhores condições de preço relativamente aos direitos patrimoniais de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos por direitos autorais e conexos, bem como sobre obras consagradas, nos casos de reutilização de peças publicitárias pela Contratante.

5.6.2.7. Realizar cotação prévia de preços para todos os serviços executados por fornecedores especializados, nos termos do art. 14 da Lei nº 12.232/2010, observadas as seguintes disposições:

- a) deverão ser apresentadas, no mínimo, 3 (três) propostas, das quais constem todos os produtos ou serviços que as componham, com o detalhamento de suas especificações e custos unitários;
- b) as propostas deverão ser apresentadas no original, em papel timbrado, com identificação completa do fornecedor e assinatura do responsável;
- c) não sendo possível a obtenção de 3 (três) propostas, a Contratada deverá apresentar justificativa formal e circunstanciada;
- d) a Contratante poderá verificar, a qualquer tempo, a compatibilidade dos preços apresentados com os praticados no mercado;
- e) a Contratada deverá obter aprovação prévia e expressa da Contratante para a assunção de despesas de produção, veiculação e quaisquer outras relacionadas à execução contratual;





f) a Contratada não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto do contrato.

5.6.2.8. Providenciar, imediatamente, nos casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, as medidas necessárias ao atendimento da determinação da Contratante, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da agência pelos serviços efetivamente realizados até a data da ocorrência, desde que tais fatos não tenham sido causados pela própria Contratada ou por terceiros por ela contratados.

5.6.2.9. Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto do contrato que envolvam o nome da Câmara Municipal de Barueri sem sua prévia e expressa autorização.

5.6.2.10. Prestar esclarecimentos à Contratante sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a Contratada, independentemente de solicitação.

5.6.2.11. Não utilizar o contrato como caução ou garantia de qualquer operação financeira.

5.6.2.12. Cumprir toda a legislação federal, estadual e municipal aplicável, responsabilizando-se pelos prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.

5.6.2.13. Cumprir a legislação trabalhista, previdenciária e securitária relativa aos seus empregados e prepostos.

5.6.2.14. Assumir, com exclusividade, todos os tributos, taxas, contribuições previdenciárias, encargos trabalhistas, prêmios de seguro e demais ônus decorrentes da execução do contrato.

5.6.2.15. Responsabilizar-se pelos ônus resultantes de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por dolo ou culpa de seus empregados, prepostos ou contratados, bem como por quaisquer responsabilidades que lhe sejam atribuídas por força de lei em razão da execução contratual.

5.6.2.16. Em caso de ação trabalhista relacionada aos serviços prestados, adotar as providências necessárias para resguardar a Contratante e mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, reembolsar a Contratante, no prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis, dos valores que esta venha a pagar em decorrência de condenação judicial.

5.6.2.17. Constituem, ainda, obrigações da Contratada quanto aos direitos autorais:

a) ceder à Contratante, total e definitivamente, os direitos patrimoniais de uso das ideias, peças, campanhas e demais materiais publicitários, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após o término de sua vigência;

b) fazer constar, nos casos de cessão de direitos por tempo limitado, o prazo de utilização definido pela Contratante, observados os limites estabelecidos no respectivo instrumento de cessão;

c) quando exigido pela Contratante, apresentar 2 (dois) orçamentos para execução dos serviços por fornecedores externos, sendo um para cessão de direitos por tempo limitado e outro para cessão definitiva desses direitos, quando possível, para subsidiar a escolha da Administração;

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 à Contratante será considerada como já incluída no custo da criação.

6. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO (Art. 6º, inciso XXIII, alínea “f”, da Lei nº 14.133/2021)

6.1. A gestão e a fiscalização do contrato serão exercidas por gestor e fiscal designados pela autoridade competente, nos termos do Ato da Presidência nº 007/2024 da Câmara Municipal de Barueri, cabendo-lhes acompanhar a execução do objeto contratual abrangendo todas as suas etapas, inclusive a verificação das metas e cronogramas acordados, do cumprimento das obrigações assumidas, registrando ocorrências e adotando as providências necessárias ao fiel cumprimento do ajuste.

6.1.1. O modelo de gestão da Câmara Municipal de Barueri será promovido nos termos do Ato da Presidência nº 007/2024 – Regulamentação de Atuação dos Fiscais e Gestores, disponível no sítio eletrônico oficial da Câmara Municipal de Barueri.

6.1.2. As condições previstas no contrato e neste Termo de Referência deverão ser executadas fielmente pelas partes, em conformidade com a legislação aplicável, responsabilizando-se cada qual pelas consequências de sua inexecução total ou parcial.

6.1.3. As comunicações entre a contratante e a contratada deverão ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

6.2. Compete ao gestor do contrato exercer as atribuições previstas no Ato da Presidência nº 007/2024, especialmente coordenar o acompanhamento da execução contratual, validar as entregas realizadas, acompanhar os registros efetuados pelo fiscal, verificar a manutenção das condições de habilitação da contratada, promover as providências administrativas cabíveis e adotar as medidas necessárias ao regular cumprimento do ajuste.

6.2.1. O descumprimento das exigências contratuais pela Contratada poderá ensejar a adoção das providências cabíveis pelo gestor do contrato e pela autoridade competente, inclusive a aplicação das penalidades previstas no Edital, no contrato e na legislação aplicável.

6.3. Compete ao fiscal do contrato exercer as atribuições previstas no Ato da Presidência nº 007/2024, especialmente acompanhar a execução do objeto, verificar sua conformidade com as condições estabelecidas, controlar a regularidade das entregas, examinar a documentação comprobatória da execução, registrar ocorrências, solicitar correções e comunicar ao gestor as situações que demandem providências administrativas.

6.4. A fiscalização exercida pela Contratante não exclui nem reduz a responsabilidade única, integral e exclusiva da Contratada pela perfeita execução dos serviços e pelo cumprimento de todas as obrigações assumidas.

6.5. O reajuste contratual, quando cabível, observará as condições, os prazos e os critérios estabelecidos no edital, contrato e na legislação aplicável, mediante formalização própria e demonstração do preenchimento dos requisitos legais.

7. CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E PAGAMENTO (Art. 6º, inciso XXIII, alínea “g”, da Lei nº 14.133/2021)

7.1. Da medição:





7.1.1. A medição dos serviços será realizada com base na efetiva execução das demandas publicitárias autorizadas pela Contratante, observadas as condições estabelecidas no Edital, no contrato e nas respectivas ordens, briefings, aprovações e demais documentos comprobatórios pertinentes.

7.1.2. A aferição da execução contratual considerará, conforme o caso, a entrega das peças e materiais publicitários, a comprovação da prestação dos serviços pela Contratada, a documentação relativa à produção e à execução técnica, os comprovantes de veiculação, os relatórios de acompanhamento e os demais elementos necessários à validação da despesa.

7.1.3. O cumprimento dos prazos e das condições de execução será acompanhado pela fiscalização contratual, de acordo com cronograma estabelecido. Poderá ser solicitado correções, complementações ou esclarecimentos sempre que identificar inconsistências, falhas ou desconformidades na prestação dos serviços.

7.1.4. Recebimento e emissão do Termo Provisório

- a. Os serviços serão recebidos provisoriamente, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, pelo fiscal, mediante termos detalhados, quando verificado o cumprimento das exigências de caráter técnico. O prazo do recebimento provisório será iniciado do recebimento de comunicação de conclusão dos serviços, encaminhado pela empresa contratada, com a comprovação da prestação dos serviços a que se referem a parcela a ser paga.
- b. O recebimento provisório também ficará sujeito, apenas se cabível, à conclusão de todos os testes de campo e à entrega dos Manuais e Instruções.
- c. O Contratado fica obrigado a reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, às suas expensas, no todo ou em parte, o objeto em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou materiais empregados, cabendo à fiscalização não atestar a última e/ou única medição de serviços até que sejam sanadas todas as eventuais pendências que possam vir a ser apontadas no Recebimento Provisório.
- d. Os serviços poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando em desacordo com as especificações constantes neste Termo de Referência e na proposta, sem prejuízo da aplicação das penalidades.

7.1.3. Recebimento e emissão do Termo Definitivo.

- a. Os serviços serão recebidos definitivamente no prazo de 05 (três) dias úteis, contados do recebimento provisório, por servidor ou comissão designada pela autoridade competente, após a verificação da qualidade e quantidade do serviço e consequente aceitação mediante Termo detalhado.
- b. O prazo do Termo Definitivo poderá ser excepcionalmente prorrogado, de forma justificada, por igual período, quando houver necessidade de diligências para aferição do atendimento das exigências contratuais.
- c. No caso de controvérsia sobre a execução do objeto, quanto à dimensão, qualidade e quantidade, deverá ser observado o teor do art. 143 da Lei nº 14.133, de 2021, comunicando-se à empresa para emissão de Nota Fiscal no que seja pertinente à parcela incontroversa da execução do objeto, para efeito de liquidação e pagamento.
- d. Nenhum prazo de recebimento ocorrerá enquanto pendente a solução, pelo contratado, de inconsistências verificadas na execução do objeto ou no instrumento de cobrança.





Câmara Municipal de Barueri

Parlamento 26 de março

ISO 9001 | SA8000 | ISO 14001 | ISO 45001
Concorrência Pública nº 001/2026 – pág. 46

- e. O recebimento provisório ou definitivo não excluirá a responsabilidade civil pela solidez e pela segurança do serviço nem a responsabilidade ético-profissional pela perfeita execução do contrato.

7.2. Da liquidação:

7.2.1. Recebida a Nota Fiscal ou documento de cobrança equivalente, correrá o prazo de liquidação em até 10 (dez) dias úteis, na forma regulamentada pelo Ato da Presidência n. 006/2024, disponibilizado no site da Câmara: <https://www.barueri.sp.leg.br/transparencia/licitacoes-e-contratos/regulamentacao>.

7.2.2. Enquanto pendente correções por parte da contratada o prazo de liquidação não será iniciado conforme §8º do artigo 4º do Ato da Presidência nº 006/2024.

7.3. Do pagamento:

7.3.1. O pagamento da remuneração da Contratada não estará condicionado aos resultados obtidos com as campanhas publicitárias, tendo em vista que seu desempenho pode ser influenciado por fatores externos alheios à atuação técnica da agência, sem prejuízo da verificação do regular cumprimento das obrigações contratuais.

7.3.2. Os pagamentos serão efetuados no prazo de até 05 (cinco) dias úteis, contados da finalização da liquidação da despesa, na forma regulamentada pelo Ato da Presidência n. 006/2024.

7.3.3. No caso de atraso pelo Contratante, os valores devidos ao contratado serão atualizados conforme previsto no artigo 4º, § 10º do Ato 006/2024.

7.3.4. Os pagamentos devidos a fornecedores especializados e a veículos de divulgação, quando intermediados pela Contratada, observarão a efetiva prestação dos serviços, a comprovação da execução, a documentação fiscal pertinente e as demais exigências contratuais e legais aplicáveis

7.3.5. O pagamento será realizado por meio de ordem bancária, para crédito em banco, agência, conta corrente ou chave pix indicados pelo credor, com observância das retenções tributárias legalmente cabíveis e das demais disposições regulamentares aplicáveis à liquidação e ao pagamento da despesa.

8. SELEÇÃO DO FORNECEDOR (Art. 6º, inciso XXIII, alínea “h”, da Lei nº 14.133/2021, c/c art. 14 e § 1º da Lei nº 12.232/2010)

8.1. Na seleção de fornecedores especializados para a execução de serviços externos, deverão ser observadas as disposições do art. 14 e § 1º da Lei nº 12.232/2010, cabendo à Contratada obter, no mínimo, 3 (três) orçamentos de fornecedores previamente cadastrados pela Contratante, quando houver, e aptos à execução do objeto, de igual nível técnico, competindo à Contratante a escolha do fornecedor a ser contratado.

8.2. Para a contratação da agência de propaganda, será adotada a modalidade Concorrência, com critério de julgamento técnica e preço, em estrita observância ao disposto na Lei nº 12.232/2010 e, subsidiariamente, na Lei nº 14.133/2021.

8.3. Considerando que os serviços de publicidade possuem natureza técnica, estratégica e predominantemente intelectual, a proposta técnica terá valoração de 70% (setenta por cento), de modo a prestigiar a qualidade, a consistência e a capacidade técnica da solução apresentada pelas licitantes.





Câmara Municipal de Barueri

Parlamento 26 de março

ISO 9001 | SA8000 | ISO 14001 | ISO 45001
Concorrência Pública nº 001/2026 – pág. 47

8.4. A proposta de preços terá valoração de 30% (trinta por cento), assegurando a análise da economicidade da contratação, sem prejuízo da escolha da proposta mais vantajosa sob o ponto de vista técnico e qualitativo.

8.5. A avaliação da proposta técnica observará critérios claros e objetivos, definidos no Edital, destinados a aferir a capacidade técnica da licitante, sua experiência, a consistência da solução proposta e a adequação do Plano de Comunicação Publicitária ao briefing apresentado.

8.6. A licitação será processada e julgada pela Comissão de Contratação, exceto no que se refere à análise e ao julgamento das propostas técnicas.

8.7. As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por, no mínimo, 3 (três) membros, formados em comunicação, publicidade ou marketing, ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que pelo menos 1/3 (um terço) de seus integrantes não poderá manter vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Câmara Municipal de Barueri, observado o disposto na Lei nº 12.232/2010.

8.8. O Edital conterá briefing com problema específico de comunicação a ser solucionado, de modo a fornecer aos interessados informações suficientes para a elaboração de propostas técnicas precisas, claras e objetivas.

8.9. As Propostas Técnicas, compostas pelo **Plano de Comunicação Publicitária** e **pelo conjunto de informações relativas à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**, bem como a **Proposta de Preços**, serão apresentadas pelas licitantes na primeira sessão pública. Os documentos de habilitação serão apresentados posteriormente, apenas pelas licitantes classificadas na fase anterior, na forma da Lei nº 12.232/2010.

8.10. O Plano de Comunicação Publicitária será apresentado em 2 (duas) vias, sendo uma via não identificada, destinada ao julgamento pela Subcomissão Técnica, e outra via identificada, na forma estabelecida no Edital. O conjunto de informações conterá os elementos relativos à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

8.11. A Proposta de Preços, os documentos de habilitação e os recursos administrativos interpostos nas fases pertinentes serão analisados e julgados pela Comissão de Contratação, na forma da legislação aplicável.

8.12. Para a remuneração da agência, serão observadas as disposições do art. 11 da Lei nº 4.680/1965, do art. 11 do Decreto nº 57.690/1966, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária e do Decreto nº 4.563/2002, bem como as demais normas aplicáveis à matéria.

8.13. 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 de sua base territorial, bem como mediante a redução dos honorários incidentes sobre os custos de produção externa, sobre pesquisas e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento, e sobre a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

8.13.1. Os honorários da agência incidentes sobre os custos de produção externa observarão o limite máximo admitido nas Normas-Padrão da Atividade Publicitária.

8.13.2. Os percentuais de desconto e de honorários propostos deverão ser compatíveis com a exequibilidade do contrato, sob pena de desclassificação, na forma do Edital e da legislação aplicável.





8.14. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

8.14.1. 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	

8.14.2. 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

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

- EM PAPEL TIPO SULFITE, A4 – COM ATÉ 90 G/M2 BRANCO;
- 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;
- ESPAÇAMENTO DE 2 CM, NAS MARGENS DIREITA E ESQUERDA, A PARTIR DA BORDA;
- TÍTULOS, ENTRE TÍTULOS, PARÁGRAFOS E LINHAS SUBSEQUENTES SEM RECUOS;
- ESPAÇAMENTO “SIMPLES” ENTRE LINHAS E OPCIONALMENTE DUPLO ENTRE PARÁGRAFOS, TÍTULOS E SUBTÍTULOS.
- ALINHAMENTO JUSTIFICADO DO TEXTO.
- TEXTO E NUMERAÇÃO DE PÁGINAS EM FONTE “ARIAL”, COR “AUTOMÁTICO”, CORPO12 (DOZE);
- 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.

8.14.4. Os textos do RACIOCÍNIO BÁSICO, da ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA e da RELAÇÃO DE PEÇAS DA IDEIA CRIATIVA, estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas nesse limite a capa e contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquesitos.





8.14.5. 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.

8.14.6. 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:

8.14.6.1. **Raciocínio Básico:** será avaliada a acuidade de compreensão, pela licitante, das necessidades de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Barueri, de seu contexto institucional, do objeto da licitação e dos desafios ou problemas, gerais e/ou específicos, de comunicação a serem enfrentados, considerados o diagnóstico apresentado e sua pertinência em relação ao briefing.

8.14.6.2 **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.

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

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

8.14.6.4. **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: apresentação, pela licitante, de simulação do plano de distribuição das peças e/ou do material publicitário destinados à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas, considerando que o valor estimado da campanha integral simulada será de **R\$ 450.000,00 (quatrocentos e cinquenta mil reais)**.

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





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

Nessa simulação:

- a) Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) Deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei nº 4.680/1965;
- 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: c p m, true views, taxa de impressão, geração de leads, custo por alcance, cpc, cpe, custo por visualização de vídeo, custo por curtida, entre outros).

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

8.14.6.6 - 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

8.14.7. 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

8.14.8. 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.

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

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

8.14.8.3. 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 da Câmara Municipal de Barueri, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

Repertório

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

8.14.9.1. 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.

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

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

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





8.14.9.5. As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a **partir de 01.01.2021**.

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

8.14.9.7. 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.

8.14.9.8. As peças e/ou o material apresentados não poderão fazer referência a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela Câmara Municipal de Barueri.

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

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

8.14.10.1. 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.

8.14.10.2. 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 poderá fazer referência a ações publicitárias solicitadas e/ou aprovadas pela câmara municipal de Barueri.
- IV. Deverá estar formalmente referendado pelo cliente.

8.14.10.3. 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.

8.14.10.4. As propostas de que trata o **subitem 8.15.9** devem ter sido implementadas a **partir de 01.01.2021**.

8.14.10.5. 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.

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

8.15. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

8.15.1. A Subcomissão Técnica prevista neste Edital analisará as Propostas Técnicas apresentadas pelas licitantes, observando o atendimento às condições estabelecidas neste Edital e em seus Anexos.

8.15.2. Serão considerados, pela Subcomissão Técnica, como critérios de julgamento técnico, os atributos da proposta relativos a cada quesito e subquesito a seguir definidos.

Plano de Comunicação Publicitária

8.15.3. Raciocínio Básico:

Será avaliada a acuidade de compreensão da licitante quanto:

- a) às funções e ao papel da Câmara Municipal de Barueri nos contextos social, político e institucional;
- b) à natureza, à extensão e à qualidade das relações da Câmara Municipal de Barueri com seus públicos;
- c) às características da Câmara Municipal de Barueri e às suas atividades que sejam relevantes para a comunicação publicitária;
- d) à natureza e à extensão do objeto da licitação;
- e) aos desafios ou problemas, gerais e/ou específicos, de comunicação a serem enfrentados pela Câmara Municipal de Barueri;
- f) às necessidades de comunicação da Câmara Municipal de Barueri para o enfrentamento desses desafios ou problemas.

8.15.4. Estratégia de Comunicação Publicitária

Será avaliada:

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e às características institucionais da Câmara Municipal de Barueri, bem como aos seus desafios ou problemas, gerais e/ou específicos, 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 da Câmara Municipal de Barueri com seus públicos;
- d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução dos desafios ou problemas, gerais e/ou específicos, de comunicação da Câmara Municipal de Barueri;
- 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 a Câmara Municipal de Barueri, seus públicos, seus desafios ou problemas de comunicação, os objetivos previstos no Briefing e a verba disponível.

8.15.5. Ideia Criativa

Será avaliada:





- a) Sua adequação aos desafios ou problemas, gerais e/ou específicos, de comunicação da Câmara Municipal de Barueri;
- b) Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária proposta pela licitante;
- c) Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- g) Sua pertinência às atividades da Câmara Municipal de Barueri e à sua inserção no contexto institucional;
- 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 com os meios e os públicos propostos.

8.15.6. Estratégia de Mídia e Não Mídia

Será avaliada:

- 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 alíneas anteriores;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Barueri;
- e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou do material;
- f) a otimização do uso de mídia segmentada, alternativa e de massa.

8.15.7. Capacidade de Atendimento

Será avaliada:

- a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante, bem como 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 da quantificação desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Barueri;
- 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 Municipal de Barueri e a licitante, conforme demonstrado 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 Barueri, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

8.15.8. Repertório





Câmara Municipal de Barueri

Parlamento 26 de março

ISO 9001 | SA8000 | ISO 14001 | ISO 45001
Concorrência Pública nº 001/2026 – pág. 55

- 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;

8.15.9. 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.

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

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

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

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

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

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

8.16. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

8.16.1. 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.

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

8.16.3. 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 nº 14.133/2021 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.

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

9. **ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO** (Art. 6º, inciso XXIII, alínea “i”, da Lei nº 14.133/2021)

9.1. O valor estimado da contratação, com base nos elementos constantes do Estudo Técnico Preliminar – ETP, é de R\$ 2.600.000,00 (dois milhões e seiscentos mil reais).

9.2. O referido valor possui caráter estimativo e será objeto de validação e eventual ajuste na fase de pesquisa de preços, nos termos da Lei nº 14.133/2021, especialmente quanto à aferição da compatibilidade com os preços praticados no mercado.

10. **ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA** (Art. 6º, inciso XXIII, alínea “j”, da Lei nº 14.133/2021, c/c art. 14 e § 1º da Lei nº 12.232/2010)

10.1. As despesas decorrentes da execução do objeto correrão à conta da seguinte dotação orçamentária: **3.3.90.39.88 – Agenciamento de publicidade em jornais e mídias sociais.**

10.2. A contratação está compatível com o planejamento orçamentário da Administração e encontra-se devidamente prevista na Lei Orçamentária vigente.

10.3. O objeto da presente contratação está previsto no Plano de Contratação Anual da Câmara Municipal de Barueri, conforme item 1213, e fundamenta-se no Estudo Técnico Preliminar que integra o processo administrativo.





Concorrência Pública nº 001/2026

Anexo II – BRIEFING

BRIEFING

CÂMARA MUNICIPAL DE BARUERI

1. CONTEXTO E TRANSPARÊNCIA

A transparência dos atos da Administração Pública, fundamentada juridicamente no inciso XXXIII do artigo 5º da Constituição Federal, visa não apenas garantir o acesso à população de dados relativos às ações de governo, mas também assegurar que tais informações sejam comunicadas de forma clara e acessível a diferentes grupos sociais.

No âmbito do Poder Legislativo em particular, da Câmara Municipal de Barueri, a transparência é essencial para ampliar a participação da sociedade no processo legislativo. Isso inclui conclamar os munícipes a intervir diretamente nas discussões e deliberações sobre os diversos aspectos da política municipal.

2. OBJETIVOS DA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

A estratégia de comunicação institucional da Câmara Municipal de Barueri visa:

- Divulgar a atuação da Câmara, suas funções, projetos, e a participação popular no processo legislativo.
- Ressaltar a importância do Legislativo para a vida da população, reforçando sua imagem institucional e aproximando o cidadão do exercício da democracia local.

Nos últimos anos, a Câmara Municipal desenvolveu ações para evidenciar seu relevante papel na vida dos munícipes, por meio de projetos e leis que atendem às necessidades de uma cidade em constante crescimento e desenvolvimento.

Este briefing oferece a visão geral que norteará a campanha a ser desenvolvida, bem como os objetivos de comunicação genéricos e específicos.

3. COMUNICAÇÃO GENÉRICA

1. Preservar e fortalecer a imagem institucional da Câmara Municipal de Barueri
2. Apresentar a Câmara Municipal como agente de desenvolvimento social, atuando em sintonia com o cidadão.
3. Aprimorar o relacionamento da Câmara Municipal com a Comunidade, além de simplesmente prestar contas de suas ações. Deve-se fazê-lo de forma que o cidadão compreenda e atue como fiscal máximo dos poderes republicanos, acompanhando deliberações legislativas e participando de audiências públicas, sessões ordinárias, extraordinárias, solenes etc.

4. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

- A comunicação da Câmara Municipal deve conter informações objetivas, capazes de produzir conhecimento e esclarecimento, contribuindo para aumentar a confiança e o respeito do cidadão para com o Poder Legislativo local.





Câmara Municipal de Barueri

Parlamento 26 de março

ISO 9001 | SA8000 | ISO 14001 | ISO 45001
Concorrência Pública nº 001/2026 – pág. 58

- O enfoque da comunicação deve ser fundamentado em objetivos claros, com informações eficientes, voltadas a toda a população abrangida pelas leis elaboradas e aprovadas pela Câmara Municipal de Barueri
- Divulgar os principais projetos em andamento, bem como demonstrar os resultados legislativos e administrativos por meio de ferramentas de transparência, a fim de evidenciar o papel fiscalizador e propositivo do Legislativo.

5. ATRIBUIÇÕES DA CÂMARA MUNICIPAL DE BARUERI

A Câmara Municipal de Barueri, enquanto Poder Legislativo do Município, compõe-se de Vereadores eleitos segundo as normas constitucionais (Constituição da República Federativa do Brasil, Constituição do Estado de São Paulo e Lei Orgânica do Município).

São funções da Câmara Municipal:

1. Função Legislativa: Elaboração de Emendas à Lei Orgânica do Município, Leis Complementares, Leis Ordinárias, Decretos Legislativos e Resoluções sobre matérias de competência municipal.
2. Funções de Fiscalização Externa, Financeira, Orçamentária e Patrimonial: Exercidas com auxílio do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo (TCE-SP), compreendendo:

Apreciação das contas do exercício financeiro, apresentadas pelo Prefeito e pela Mesa Diretora da Câmara;

Acompanhamento das atividades financeiras e orçamentárias do Município;

Julgamento da regularidade das contas dos administradores e demais responsáveis por bens e valores públicos.

3. Função de Controle da Administração Pública: Envolve a vigilância sobre os negócios do Executivo, conforme os princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e ética político-administrativa.
4. Função de Assessoramento: Sugerir medidas de interesse público ao Executivo, por meio de indicações.
5. Função Administrativa: Restringe-se à sua organização interna, regulamentação de seu funcionalismo e estrutura de seus serviços auxiliares.
6. Função Julgadora: Aplica-se aos casos de julgamento do Prefeito e dos Vereadores, quando cometem infrações político-administrativas previstas em lei ou incidem em falta de decoro.
7. Gestão dos Assuntos Internos: Realizada por meio de seu Regimento Interno e administração de seus serviços auxiliares.

6. COMUNICAÇÃO ESPECÍFICA PARA A CAMPANHA

A campanha publicitária deverá enaltecer o trabalho realizado pela Câmara Municipal de Barueri, reafirmando o relevante papel do Legislativo local no desenvolvimento do Município e na busca do bem-estar da sociedade.

A mensagem principal deve ressaltar:

- A importância das atividades da Câmara para o cotidiano da população, enquanto órgão de representação democrática de todos os segmentos da comunidade;
- O impacto direto das leis e ações do Legislativo na vida dos munícipes;
- A transparência e a disponibilidade de canais de participação e controle social.





Caberá às licitantes, ao desenvolver a campanha simulada, avaliar e fornecer as melhores alternativas publicitárias para o alcance dos objetivos propostos.

7. PÚBLICO-ALVO

Tendo em vista os objetivos estratégicos acima e as atividades exercidas pela Câmara Municipal de Barueri, as ações publicitárias devem atingir:

- Toda a população residente no Município, de classes econômicas A/B e C/D, entre 18 e 70 anos, com perfis socioculturais diversos;
- Setores específicos da sociedade (sindicatos, associações de classe, conselhos de direitos, estudantes, empresários etc.), de acordo com a natureza de projetos de lei em pauta ou discussões em curso na Câmara Municipal.

8. VERBA PARA SIMULAÇÃO DO PLANO

Para fins de campanha simulada a ser desenvolvida pelas licitantes, define-se uma verba de R\$ 450.000,00 (quatrocentos e cinquenta mil reais).

9. DURAÇÃO DA CAMPANHA

A licitante deverá propor uma campanha com duração de 60 (sessenta) dias, em período a seu critério, para fins de elaboração da proposta técnica simulada.

10. RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

A Câmara Municipal de Barueri conta com plataformas de comunicação digital que podem ser aproveitadas na elaboração da campanha simulada:

- Site Oficial da Câmara Municipal
- Página Oficial no Facebook
- Página Oficial no Instagram
- Página Oficial no Youtube

11. INFORMAÇÕES FINAIS

1. As informações sobre a Câmara Municipal de Barueri contidas neste briefing devem ser utilizadas pelas licitantes apenas para o desenvolvimento da campanha publicitária simulada, exigida no edital e a ser apresentada na Proposta Técnica.
2. A campanha simulada deverá contemplar as questões, problemas e objetivos mencionados neste briefing.
3. As licitantes poderão atribuir nome ou identidade à campanha de acordo com seu entendimento estratégico, desde que mantenham o tema e respeitem as diretrizes e objetivos propostos.
4. É fundamental que sejam observadas todas as orientações aqui contidas, de modo a alinhar a campanha à realidade institucional e ao contexto de Barueri.





Câmara Municipal de Barueri

Parlamento 26 de março

ISO 9001 | SA8000 | ISO 14001 | ISO 45001
Concorrência Pública nº 001/2026 – pág. 60

Concorrência Pública nº 001/2026

Anexo III – MODELO DE APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA COMERCIAL

PROPOSTA DE PREÇO - CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2026 - PROCESSO Nº .../.....

Razão Social da PROPONENTE:		
Endereço:		
CEP:	Fone:	Fax:
e-mail:	CNPJ:	Inscrição Municipal :

OBJETO: Prestação de serviço de publicidade para realização de atividades integradas que possibilite o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e na distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas no EDITAL e anexos da Concorrência Pública Nº 001/2026.

A presente proposta é válida por ____ (_____) dias*, a contar de sua apresentação.
(*no mínimo 90 dias)

- 1) Declaramos que, na vigência do contrato decorrente da Concorrência n. xxx/2026 promovida pela CÂMARA Municipal de, serão cobrados os seguintes honorários:
 - a) Honorários de% (.....por cento) sobre serviços externos de produção e outros, incumbidos a terceiros, com a intermediação e sob supervisão da agência;
 - b) Honorários de% (.....por cento) sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, com a intermediação e supervisão da agência;
 - c) Honorários de% (..... por cento) sobre formas inovadoras de comunicação publicitária com a intermediação e supervisão da agência.
 - d) Remuneração de% (.....por cento) do valor da mídia digital contratada com a intermediação da agência, nos casos em que os veículos não remunerem a agência pelo desconto de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei 4.680/65.
 - e) Desconto a ser concedido à CÂMARA de sobre os custos internos, baseados na tabela referencial de custos internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo.,%(..... por cento);
- 2) Ficam definidos, **sem estarem sujeitos à pontuação**, os percentuais máximos a serem pagos pela CÂMARA:
 - a) Remuneração de até 100% (cem por cento) aos Atores e modelos, sobre o cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado.





Câmara Municipal de Barueri

Parlamento 26 de março

ISO 9001 | SA8000 | ISO 14001 | ISO 45001
Concorrência Pública nº 001/2026 – pág. 61

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

3) Declaramo-nos cientes de que a CÂMARA MUNICIPAL DE BARUERI procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

4) Informamos conhecer e aceitar as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas no subitem 12.3 do edital.

5) Declaramos que comprometemos em envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à CÂMARA as vantagens obtidas.

LOCAL:	DATA:
--------	-------

Nome do REPRESENTANTE:	
RG:	CPF:
Telefone	E-mail
Assinatura do REPRESENTANTE:	

➤ Nome do banco: _____
➤ Número da agência _____ Nº conta corrente _____
➤ Chave (PIX) _____
Nome do proponente (pessoa jurídica) _____

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

ASSINATURA DO REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA





Câmara Municipal de Barueri

Parlamento 26 de março

ISO 9001 | SA8000 | ISO 14001 | ISO 45001
Concorrência Pública nº 001/2026 – pág. 62

Concorrência Pública nº 001/2026
Anexo IV – DECLARAÇÃO DE ME E EPP

DECLARAÇÃO DE MICROEMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE

(Modelo sugerido)

DECLARO, sob as penas da lei, sem prejuízo das sanções e multas previstas no ato convocatório, que a empresa _____ (denominação da pessoa jurídica), CNPJ nº _____, é **microempresa** ou **empresa de pequeno porte**, nos termos do enquadramento previsto nos incisos I e II, §§ 1º e 2º, e **que no decorrer do último mês não houve desenquadramento de sua condição**, bem como não possui qualquer dos impedimentos previstos nos §§ 4º e seguintes, todos do artigo 3º da **Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006**, e atualizações da **Lei Complementar 147, de 07 de agosto de 2014**, cujos termos declaram conhecer na íntegra, **estando apta**, portanto, a exercer o direito de preferência como critério de desempate, e comprovar a regularidade fiscal nos termos previstos nos artigos 42 a 45 da referida lei complementar, no procedimento licitatório realizado pela Câmara Municipal de Barueri.

Local, data.

ASSINATURA DO REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA

CARIMBO EMPRESA

OBS: A declaração deverá ser digitada em papel timbrado da empresa com o carimbo onde conste o nome da empresa, endereço, e o nº do CNPJ.





Câmara Municipal de Barueri

Parlamento 26 de março

ISO 9001 | SA8000 | ISO 14001 | ISO 45001
Concorrência Pública nº 001/2026 – pág. 63

Concorrência Pública nº 001/2026

Anexo V – PROVA DE CUMPRIMENTO AO ARTIGO 7º, INC. XXXIII DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL

PROVA DE CUMPRIMENTO AO ARTIGO 7º, inc. XXXIII DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL

_____, inscrita (o) no CNPJ sob número _____, por intermédio de seu representante legal, Sr. (a) _____, portador (a) do RG _____, e do CPF _____, **DECLARA**, sob as penas da lei, para fins de cumprimento do disposto no inciso XXXIII do Art. 7º da Constituição Federal da República Federativa do Brasil, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos de idade em funções noturnas, insalubres ou perigosas, e de que não emprega menor de 16 (dezesesseis) anos em qualquer função, salvo na condição de aprendiz, a partir dos 14 (quatorze) anos.

_____, ____ de _____ de 2026.

ASSINATURA DO REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA

CARIMBO EMPRESA





Concorrência Pública nº 001/2026
Anexo VI – DECLARAÇÕES GERAIS

MODELO

À CÂMARA MUNICIPAL DE BARUERI

Concorrência Pública nº 01/2026

Processo de Aquisição nº 019/2026

Objeto: Prestação de serviço de publicidade para realização de atividades integradas que possibilite o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e na distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas no EDITAL e anexos da Concorrência Pública Nº 001/2026

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

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

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





Concorrência Pública nº 001/2026
Anexo VII – MINUTA DE CONTRATO

MINUTA DO CONTRATO/.....

**CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE ENTRE O CÂMARA DE
E, NA FORMA ABAIXO:**

A CÂMARA MUNICIPAL DE BARUERI, com sede na Alameda Wagih Salles Nemer, nº 200, Centro, Barueri (SP), CEP 06401-134, inscrita no CNPJ sob o nº 06.289.000/0001-30, neste ato representada pelo seu Presidente, o Sr. **WILSON ZUFFA JUNIOR**, portador da cédula de identidade RG nº [...].933.866-[...] SSP/SP e inscrito no CPF sob nº [...].482.398-[...], doravante denominada **CONTRATANTE**, e a empresa [...], com sede na [...], inscrita no CNPJ sob o nº [...], e-mail institucional [...], telefone comercial [...], neste ato representada pelo seu [...], o(a) Sr(a). [...], portador(a) da cédula de identidade RG nº [...] e inscrito(a) no CPF sob o nº [...], e-mail [...], telefone [...], residente e domiciliado na [...], doravante denominada **CONTRATADA**, têm entre si ajustado o presente contrato, em consonância com o Processo de Aquisição nº [...] / [...], Concorrência Pública nº [...] / [...], homologado em [...] / [...] / [...], nos termos da **Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021, e suas alterações posteriores, do Decreto Municipal nº 9.787, de 12 de abril de 2023, do Ato da Presidência nº 002/2024, de 05 de janeiro de 2024, e das demais legislações aplicáveis**, mediante as cláusulas e condições a seguir enunciadas.

CLÁUSULA PRIMEIRA - DA LEGISLAÇÃO E DOS DOCUMENTOS VINCULADOS

- 1.1.** O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei 12.232, de 29.04.2010 e, de forma complementar, das Leis n. 4.680/65 e 14.133/21.
- 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 n. e seus Anexos, bem como as Propostas Técnica 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 do Câmara Municipal de Barueri 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 integra 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)** a 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.





2.1.1.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos 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 Barueri, 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 patrocínio 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 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.

CLÁUSULA TERCEIRA - DA VIGÊNCIA E DA PRORROGAÇÃO

3.1. O presente contrato terá duração de **12 (doze)** meses, contados a partir de sua assinatura, podendo ser prorrogado a critério da Administração nos termos do artigo 107 da Lei Federal nº 14.133/2021, desde que seja atestada que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração Pública, permitida a negociação com o contratado ou a extinção contratual sem ônus para qualquer das partes.

3.2. No interesse do Câmara Municipal de Barueri, 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 disposto no artigo 125 da Lei Federal nº 14.133/2021.

CLÁUSULA QUARTA - DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1. As despesas a serem realizadas pela CONTRATADA nos primeiros 12 (doze) meses, está estimado em R\$.....(.....).

4.2. O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de, correrá por conta da seguinte dotação orçamentária: **3.3.90.39.88 – AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE EM JORNAIS E MÍDIAS SOCIAIS.**

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.





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 ou 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

5.1.4.2. 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

5.1.5. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

5.1.6. Observar a 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 Barueri, 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 constem 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 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 o serviço a ser fornecido.

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.

5.1.7. 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 este 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 11.4.1 ou as justificativas que demonstrem a impossibilidade, para o atendimento do artigo 15 da Lei 12.232/2010.

5.1.10. Apresentar à CONTRATANTE como alternativa ao subitem 5.1.9, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o “relatório de checagem de veiculação” a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.4.





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 prevista 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: cópias em arquivos digitais;
- d) Mídia impressas 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, sendo que o material a ser utilizado na distribuição, só será definido após aprovação pela CONTRATANTE e sua reprodução se dará 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. 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.

Obrigações administrativas, operacionais e de execução

5.1.16. Indicar e manter preposto aceito pela Administração para representá-la na execução contratual.

5.1.17. Comunicar formalmente ao gestor/fiscal do contrato:

- I – Início e conclusão da execução dos serviços;
- II – Qualquer ocorrência anormal ou acidente relacionado à execução contratual, em até 24 (vinte e quatro) horas;
- III – Fatos relevantes ou situações que possam comprometer a adequada execução do objeto.

5.1.18. Atender às determinações emitidas pelo gestor, fiscal do contrato ou autoridade superior.





5.1.19. Alocar profissionais qualificados, equipamentos, ferramentas, materiais e demais recursos necessários à perfeita execução do objeto.

5.1.20. Reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, às suas expensas, no prazo estabelecido pela Administração, os serviços em que forem constatados vícios, defeitos ou incorreções decorrentes da execução ou dos materiais empregados.

5.1.21. Prestar todo esclarecimento ou informação solicitada pela CONTRATANTE, garantindo acesso aos documentos e informações relacionados ao objeto contratado.

Obrigações legais, trabalhistas, fiscais e de conformidade

5.1.22. Manter durante toda a vigência contratual as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação, inclusive a certificação técnica prevista no artigo 4º e §1º da Lei nº 12.232/2010, quando aplicável.

5.1.23. Cumprir integralmente a legislação federal, estadual e municipal aplicável, bem como normas técnicas e regulamentares relacionadas ao objeto contratado.

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

5.1.25. Apresentar, sempre que solicitado pela CONTRATANTE, documentação comprobatória relativa à regularidade fiscal, trabalhista, previdenciária e demais obrigações legais.

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

5.1.27. Cumprir, durante todo o período de execução do contrato, a reserva de cargos prevista em lei para pessoa com deficiência, para reabilitado da Previdência Social ou para aprendiz, bem como as reservas de cargos previstas na legislação, nos termos do art. 116 e parágrafo único da Lei nº 14.133/2021.

5.1.27.1. Comprovar a reserva de cargos a que se refere o subitem anterior, no prazo fixado pelo fiscal do contrato, com a indicação dos empregados que preencheram as referidas vagas, nos termos do art. 116, parágrafo único da Lei nº 14.133/2021.

5.1.28. Submeter previamente, por escrito, à CONTRATANTE, para análise e aprovação, quaisquer mudanças nos métodos executivos que fujam às especificações do Termo de Referência.

5.1.29. Cumprir as políticas institucionais e normas internas da Câmara Municipal de Barueri relacionadas à responsabilidade social, saúde e segurança do trabalho, incluindo exigências do Sistema Integrado de Gestão – SIG e normas aplicáveis, inclusive ISO 9001, ISO 14001, ISO 45001 e SA8000.

5.1.30. Quando houver atuação de trabalhadores nas dependências da CONTRATANTE, a CONTRATADA deverá:

- I – Cumprir requisitos de saúde e segurança do trabalho;
- II – Participar das reuniões exigidas pelo setor responsável;
- III – Apresentar documentação obrigatória atualizada;
- IV – Comunicar imediatamente acidentes ou incidentes.

Responsabilidade, sigilo e proteção jurídica

5.1.31. Manter absoluto sigilo sobre informações, documentos, estratégias, dados ou quaisquer elementos relacionados à CONTRATANTE obtidos em razão da execução contratual, vedada sua divulgação sem autorização expressa.





- 5.1.32.** Responder integralmente pelos danos, prejuízos, vícios, erros, omissões, atrasos ou falhas decorrentes da execução contratual que causem prejuízo à CONTRATANTE ou a terceiros.
- 5.1.33.** Responsabilizar-se pelos prejuízos decorrentes de erro na elaboração de estimativas de custos ou qualquer equívoco que resulte em aumento de despesas ou perda de vantagens à CONTRATANTE.
- 5.1.34.** Responder por ações judiciais relacionadas a direitos autorais, propriedade intelectual ou demais direitos vinculados ao objeto contratual.
- 5.1.35.** Adotar as medidas necessárias para resguardar a CONTRATANTE de demandas trabalhistas ou judiciais decorrentes de atos atribuíveis à CONTRATADA, promovendo o respectivo reembolso caso a CONTRATANTE venha a suportar qualquer ônus.
- 5.1.36.** A fiscalização exercida pela CONTRATANTE não reduz nem exclui a responsabilidade da CONTRATADA.
- 5.1.37.** A Administração não responderá por compromissos assumidos pela CONTRATADA perante terceiros.
- 5.1.38.** É vedada a cessão, sub-rogação, transferência ou subcontratação total do contrato, ressalvada a contratação de fornecedores especializados expressamente admitida neste instrumento e na legislação aplicável, permanecendo a CONTRATADA integralmente responsável pela execução contratual.

CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

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

6.1.1. Obrigações gerais de acompanhamento e fiscalização

- a) Exigir o cumprimento integral das obrigações assumidas pela CONTRATADA, de acordo com este contrato, Termo de Referência, edital e demais documentos integrantes da contratação;
- b) Acompanhar e fiscalizar a execução contratual, por meio dos gestores e fiscais designados, adotando as providências necessárias para assegurar o cumprimento das obrigações assumidas;
- c) Os gestores e fiscais designados serão responsáveis pelo acompanhamento da conformidade da execução contratual, inclusive quanto às normas institucionais e sistemas de gestão aplicáveis;
- d) O Gestor do Contrato cientificará a Administração acerca do descumprimento de obrigações contratuais para adoção das providências cabíveis, podendo utilizar os instrumentos institucionais aplicáveis para registro de ocorrências e não conformidades;
- e) Quando cabível, a fiscalização poderá ser realizada conjuntamente pelos setores responsáveis pela gestão integrada, aspectos ambientais, responsabilidade social e saúde e segurança do trabalho.

6.1.2. Obrigações relacionadas à execução do objeto

- a) Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os documentos, dados, elementos e informações necessários à adequada execução dos serviços;
- b) Comunicar formalmente à CONTRATADA toda e qualquer orientação relacionada à execução contratual, ressalvadas as situações de urgência, cujas determinações verbais deverão ser formalizadas posteriormente;
- c) Proporcionar as condições necessárias para a adequada execução do objeto contratado;
- d) Receber o objeto por meio dos gestores e fiscais designados, nos prazos e condições estabelecidos no Termo de Referência e legislação aplicável;
- e) Notificar formalmente a CONTRATADA acerca de vícios, defeitos, incorreções, irregularidades ou descumprimentos identificados durante a execução contratual, concedendo prazo para regularização quando cabível;
- f) Comunicar a CONTRATADA para emissão de documento fiscal relativo à parcela incontroversa da execução, quando houver divergência parcial sobre a execução contratual.





6.1.3. Obrigações financeiras e administrativas

- a) Cumprir os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;
- b) Efetuar os pagamentos devidos na forma, prazo e condições estabelecidas neste contrato e no Termo de Referência;
- c) Verificar o cumprimento das cláusulas relativas aos honorários devidos à contratação de fornecedores especializados utilizados pela CONTRATADA;
- d) Analisar e decidir sobre solicitações, requerimentos e reclamações apresentadas pela CONTRATADA relacionadas à execução contratual, observado o prazo contratual e legal aplicável;
- e) Analisar pedidos de restabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro, reajuste ou repactuação, observados os prazos legais.

6.1.4. Obrigações relacionadas às medidas administrativas e contratuais

- a) Aplicar as sanções cabíveis nos casos de inexecução total ou parcial do contrato, assegurados o contraditório e ampla defesa;
- b) Notificar os emitentes de garantias, quando houver, acerca da instauração de processo administrativo para apuração de descumprimento contratual, observada a legislação aplicável;
- c) Comunicar à CONTRATADA eventual alteração superveniente que possa impactar a execução contratual;
- d) Emitir decisão expressa sobre solicitações protocoladas pela CONTRATADA relacionadas à execução contratual.

6.1.5. Disposições específicas da contratação publicitária

- a) A juízo da CONTRATANTE, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica apresentada pela CONTRATADA e que deu origem ao presente contrato poderá ou não ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem alterações;
- b) Permanecerá assegurada à CONTRATANTE a prerrogativa de aprovar, modificar, suspender ou cancelar ações, campanhas, peças ou serviços relacionados ao objeto contratado, observadas as obrigações já assumidas.

6.1.6. Disposições finais

- a) A Administração não responderá por quaisquer compromissos assumidos pela CONTRATADA perante terceiros, ainda que relacionados à execução contratual;
- b) A fiscalização exercida pela CONTRATANTE não exclui nem reduz a responsabilidade integral da CONTRATADA pela execução do objeto.

CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

7.1. A CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado. **A fiscalização será exercida conforme as disposições previstas neste contrato, na legislação aplicável e nas condições gerais de fiscalização estabelecidas no Termo de Referência.**

7.1.1. Serão nomeados um Fiscal ou gestor titular e um substituto, 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.

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 a perfeita execução dos serviços contratados.
- 7.6. 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.
- 7.7. À CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços, *in loco*, objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

CLÁUSULA OITAVA - REMUNERAÇÃO

- 8.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada conforme 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 de% (.....por cento), incidente sobre **os preços de serviços especializados prestados por fornecedores** referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato.
- 8.1.3. Percentual de honorários de% (..... por cento), incidente sobre **os preços de serviços especializados prestados por fornecedores**, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.
- 8.1.4. Percentual de honorários de% (.....), 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 de% (..... 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 poderão ter, em hipótese alguma, seus valores cobrados pela CONTRATADA em desfavor da CONTRATANTE.
- 8.2. 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, consignando os preços correspondentes que serão cobrados da CONTRATANTE, conforme “subitem 8.1.1”.
- 8.3. 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 exclusiva da CONTRATADA.





8.6. 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.

8.7. 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 4.680/65.

9.2. Quando do 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 do CENP (Conselho Executivo 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 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 deste 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/IBGE, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

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.

10.2.3. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 10.2.1.1. e **10.2.2.** O valor a ser pago pela CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos e qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

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 dos 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 direito, 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 e 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. O pagamento será realizado, MENSALMENTE, conforme os **critérios e a periodicidade da medição** prevista no **Termo de Referência**.

11.2. O pagamento será realizado através de ordem bancária, para crédito em banco, agência e conta corrente indicados pelo contratado na proposta comercial.

11.3. O pagamento será efetuado dentro da **ordem cronológica** e conforme condições e **prazos** previstas no **Ato da Presidência de nº 006/2024, disponível em <https://www.barueri.sp.leg.br/transparencia/licitacoes-e-contratos/regulamentacao>**.





11.3.1 O **prazo de liquidação** da despesa é de **10 (dez) dias úteis**, a contar do recebimento da nota fiscal pelo gestor do contrato.

11.3.2 O **prazo de pagamento** é de **05 (cinco) dias úteis**, a contar da liquidação da despesa.

11.3.3 O **contratado comunicará o término dos serviços à Contratante, que, por sua vez, após realizar os recebimentos provisório e definitivo, comunicará a contratada para emissão da Nota Fiscal, no valor do contrato ou no valor exato dimensionado pela fiscalização, se houver glosa de valor.**

11.4. No caso de atraso no pagamento por culpa exclusiva da Contratante serão devidos juros moratórios de 0,5% (zero vírgula cinco por cento) ao mês e atualização monetária com base na variação do IPCA-E, ambos calculados e incidentes a partir do término do prazo legal para pagamento.

11.5. O prazo de pagamento inicia-se com a finalização da fase de liquidação, após o protocolo, na Secretaria Financeira e Orçamentária, da Nota Fiscal acompanhada do Termo de Recebimento Definitivo e demais documentos comprobatórios do crédito.

11.6 O setor competente para proceder o pagamento e o fiscal devem verificar se a Nota Fiscal ou Fatura apresentada expressa os elementos necessários e essenciais do documento, tais como:

- a) a data da emissão;
- b) os dados do contrato e do órgão contratante;
- c) o período respectivo de execução do contrato;
- d) o valor a pagar; e
- e) eventual destaque do valor de retenções tributárias cabíveis.

11.7. Havendo erro na apresentação da Nota Fiscal/Fatura, ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, o pagamento ficará sobrestado até que o contratado providencie as medidas saneadoras. Nessa hipótese, o prazo para pagamento iniciar-se-á após a comprovação da regularização da situação, não acarretando qualquer ônus para o contratante.

11.8. Previamente ao pagamento, o gestor do contrato ou o servidor responsável pelo recebimento do objeto, deve verificar a manutenção das condições exigidas para a habilitação na licitação ou na contratação direta, efetuando as consultas necessárias e/ou solicitando os documentos revalidados à parte contratada, conforme **art. 5º do Ato da Presidência nº 006/2024**.

11.9. Para fins de liquidação e pagamento das despesas referentes aos serviços previamente autorizados pela CONTRATANTE, a CONTRATADA deverá apresentar:

I – a correspondente Nota Fiscal emitida em nome da CONTRATANTE, contendo o número do contrato, informações bancárias e demais elementos exigidos pela legislação vigente;

II – a primeira via do documento fiscal emitido pelo fornecedor ou veículo de comunicação, quando aplicável;

III – documentos comprobatórios da execução dos serviços, da veiculação e da efetiva entrega do objeto contratado.

11.9.1. Os documentos de cobrança e demais informações necessárias à comprovação da execução dos serviços deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à CONTRATANTE.

11.9.2. O gestor/fiscal somente atestará os serviços e liberará a documentação para pagamento quando forem atendidas todas as condições previstas contratualmente.

11.10. A liquidação das despesas observará:

I – Serviços executados diretamente pela CONTRATADA:





a) intermediação e supervisão de serviços especializados: apresentação dos documentos previstos nos incisos I, II e III do item 11.9;

b) execução de serviços internos: apresentação dos documentos previstos nos incisos I e III do item 11.9.

II – Serviços especializados e veiculação:

a) produção e execução técnica de peças e materiais;

b) pesquisas, levantamentos e instrumentos de avaliação;

c) desenvolvimento de soluções e formatos inovadores de comunicação;

d) veiculação, acompanhada da demonstração dos valores devidos aos veículos, descontos obtidos, pedidos de inserção e respectivos comprovantes de veiculação.

11.10.1. As despesas relativas à distribuição de peças e materiais não mídia observarão o tratamento previsto na alínea “a” do inciso II do item 11.10.

11.10.2. Na ocorrência de falha em programação ou inserção de mídia, a CONTRATADA deverá apresentar documento comprobatório do veículo contendo descrição da falha e indicação dos valores a serem compensados ou abatidos.

11.10.3. Os preços de tabela e descontos negociados serão conferidos pelo gestor/fiscal por ocasião da apresentação do Plano de Mídia.

11.11. Relativamente à comprovação da veiculação, a CONTRATADA deverá apresentar, sem ônus para a CONTRATANTE:

I – Revista: exemplar original;

II – Jornal: exemplar ou página correspondente contendo identificação da publicação;

III – demais meios: relatório de checagem emitido por empresa independente ou documentos equivalentes admitidos contratualmente.

11.11.1. Nos casos de comprovada impossibilidade de emissão de relatório independente, serão aceitos os documentos previstos no Plano de Mídia aprovado ou demais documentos equivalentes definidos pela CONTRATANTE.

11.12. A CONTRATADA deverá apresentar mensalmente documentos comprobatórios de regularidade fiscal, trabalhista e previdenciária exigidos contratualmente.

11.13. Constatado erro, inconsistência ou irregularidade na documentação apresentada, a CONTRATANTE poderá:

I – Devolvê-la para correção; ou

II – Promover glosa da parcela considerada indevida.

11.13.1. A devolução da documentação implicará sua não apresentação para fins de contagem dos prazos contratuais.

11.14. A CONTRATANTE não efetuará pagamentos relativos a obrigações assumidas diretamente pela CONTRATADA perante terceiros.

11.15. A CONTRATADA deverá encaminhar relatório mensal contendo os pagamentos efetuados aos fornecedores e veículos vinculados ao objeto contratado.

11.15.1. O relatório deverá conter, no mínimo:

I – Data do pagamento realizado pela CONTRATANTE;

II – Data do pagamento realizado pela CONTRATADA;

III – Número da nota fiscal;





IV – Valor pago;

V – Identificação do favorecido.

11.15.2. O descumprimento dessa obrigação poderá ensejar suspensão da liquidação das despesas até regularização.

11.15.3. Persistindo a irregularidade, a CONTRATANTE poderá adotar as medidas previstas contratualmente, inclusive pagamento direto a fornecedor, quando legalmente admitido.

11.16. A CONTRATANTE promoverá retenções tributárias legalmente exigíveis.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – REAJUSTE

12.1. O valor do contrato inicialmente será fixo e irreajustável no prazo de um ano contado da data da reserva orçamentária, em 21/05/2026.

12.2. Após o interregno de um ano, e independentemente de pedido do contratado, será reajustado, mediante a aplicação, pelo contratante, do índice IPCA / IBGE, exclusivamente para as obrigações iniciadas e concluídas após a ocorrência da anualidade.

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

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

12.5. Nas aferições finais, o índice utilizado para reajuste será obrigatoriamente o definitivo.

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

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

12.8. O reajuste será realizado por apostilamento.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - GARANTIA

13.1. 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 prazo de até 30 dias úteis, contados a partir da data de assinatura deste contrato.

13.2. 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.

13.3. Se houver acréscimo ao 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.

13.4. Na hipótese de prorrogação deste contrato, a CONTRATANTE exigirá a apresentação de nova garantia a escolha da CONTRATADA, entre as modalidades previstas na Lei Federal nº 14.133/2021.





13.4.1. 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.

13.5. A garantia ou 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, pelo gestor contratual, de que os serviços foram realizados a contento e desde tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

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

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

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

- a) **Advertência**, quando o contratado der causa à inexecução parcial do contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave, nos termos do art. 156, §2º, da Lei nº 14.133, de 2021;
- b) **Impedimento de licitar e contratar**, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “b”, “c” e “d” do subitem acima deste Contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave, nos termos do art. 156, § 4º, da Lei nº 14.133, de 2021;
- c) **Declaração de inidoneidade para licitar e contratar**, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “e”, “f”, “g” e “h” do subitem acima deste Contrato, bem como nas alíneas “b”, “c” e “d”, que justifiquem a imposição de penalidade mais grave, nos termos do art. 156, §5º, da Lei nº 14.133, de 2021.
- d) **Multa**, aplicada ao responsável por qualquer das infrações previstas no art. 155 da Lei nº 14.133/2021:

d.1. moratória de 0,5% (zero vírgula cinco por cento) por dia de atraso injustificado do valor da parcela inadimplida, até o limite de 10 (dez) dias

d.2. moratória de% por dia de atraso injustificado sobre o valor total do contrato, até o máximo de% (.....), pela inobservância do prazo fixado para apresentação, suplementação ou reposição da garantia.

d.3. O atraso superior a 10 (dez) dias poderá caracterizar hipótese de inexecução contratual, sujeitando a CONTRATADA à aplicação das medidas previstas neste contrato e na Lei nº 14.133/2021, observados a gravidade da conduta, os prejuízos ocasionados e o devido processo legal.





d.4. Para a **inexecução parcial do contrato**, multa de 2% (dois por cento) a 5% (cinco por cento) do valor do contrato.

d.5. Para a **inexecução parcial que cause grave dano**, multa de 5% (cinco por cento) a 10% (dez por cento) do valor do contrato.

d.6. Para a **inexecução total do contrato**, multa compensatória de 20% (vinte por cento) a 30% (trinta por cento) do valor do contrato.

d.7. Para a infração descrita na alínea “d” da Cláusula 11.1 (ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto sem motivo justificado), multa compensatória de 5% (cinco por cento) a 10% (dez por cento) do valor do contrato.

d.8. Para as infrações descritas nas alíneas “e”, “f”, “g” e “h” da Cláusula 11.1 (apresentar documentação falsa ou prestar declaração falsa durante a execução do contrato; praticar ato fraudulento na execução do contrato; comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza e praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846/2013), multa compensatória de 10% (dez por cento) a 30% (trinta por cento) do valor do contrato.

14.3. A aplicação da multa de mora não impedirá a Administração de convertê-la em compensatória, promovendo a extinção unilateral do contrato, nos termos do parágrafo único do art. 162 da Lei 14.133/2021.

14.4. O recolhimento da multa deverá ser feito no prazo de 15 (quinze) dias úteis, a contar do recebimento pelo contratado da guia.

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

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

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

14.8. Todas as sanções previstas neste Contrato poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa.

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

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

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

14.11. Os atos previstos como infrações administrativas na Lei nº 14.133, de 2021, ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na





Lei nº 12.846, de 2013, serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos na referida Lei (art. 159).

14.12. A personalidade jurídica do Contratado poderá ser desconsiderada, nos termos do art. 160, da Lei nº 14.133, de 2021.

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

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

14.15. Nenhuma sanção será aplicada sem a instauração do competente processo administrativo, assegurados à CONTRATADA o contraditório e a ampla defesa, observadas as disposições da Lei nº 14.133/2021.

14.16. A aplicação das sanções poderá ser relevada, mediante decisão motivada da autoridade competente, desde que presentes razões de interesse público devidamente justificadas.

14.17. A sanção de advertência poderá ser aplicada nos casos de descumprimento parcial das obrigações contratuais ou outras ocorrências de baixa gravidade que não justifiquem a aplicação de penalidade mais severa.

14.18. O atraso injustificado superior ao limite previsto para aplicação de multa moratória poderá caracterizar inexecução parcial ou total do contrato, considerando a gravidade do caso concreto, os prejuízos ocasionados e os impactos causados à Administração.

14.19. Sem prejuízo das hipóteses previstas na Lei nº 14.133/2021, poderão ser consideradas circunstâncias agravantes:

- I – agir com má-fé na execução contratual;
- II – praticar conduta dolosa visando obter vantagem indevida;
- III – reincidir em infrações contratuais anteriormente sancionadas;
- IV – reproduzir, divulgar ou utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações sigilosas obtidas em razão da execução contratual, sem autorização prévia da CONTRATANTE.

14.20. As sanções previstas poderão ser aplicadas isolada ou cumulativamente, observados os princípios da proporcionalidade e razoabilidade, bem como a natureza e a gravidade da infração praticada.

14.21. A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui:

- I – a obrigação de reparação integral dos danos causados;
- II – a responsabilização civil, administrativa ou criminal cabível;
- III – a adoção das demais medidas previstas na legislação vigente.

14.22. O valor das multas aplicadas poderá:

- I – ser descontado dos pagamentos eventualmente devidos à CONTRATADA;
- II – ser descontado da garantia contratual eventualmente prestada;
- III – ser cobrado administrativamente ou judicialmente.

14.23. O recolhimento das multas observará o prazo previsto no subitem **13.4** desta cláusula.





CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA DA EXTINÇÃO CONTRATUAL

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

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

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

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

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

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

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

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

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

15.6.1 Balanço dos eventos contratuais já cumpridos ou parcialmente cumpridos;

15.6.2 Relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos;

15.6.3 Indenizações e multas.

15.7. A extinção do contrato não configura óbice para o reconhecimento do desequilíbrio econômico-financeiro, hipótese em que será concedida indenização por meio de termo indenizatório (art. 131, caput, da Lei nº 14.133, de 2021).

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

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DISPOSIÇÕES GERAIS

16.1. O presente contrato é regido pelas normas da Lei Federal nº 12.232/2010 e complementarmente pela Lei Federal nº 14.133/2021, Lei Federal nº 4.680/1965, pelo Decreto Federal nº 57.590/1966 e pelo Decreto Federal nº 4563/2002.

16.2. Na contagem dos prazos estabelecidos neste contrato excluir-se-ão o dia de início e incluir-se-á a do vencimento, prorrogando-se este, automaticamente, para o primeiro dia útil, se recair em dia sem expediente.

16.3. Ficam fazendo parte integrante deste contrato o Edital, seus Anexos e a Proposta de Preços da CONTRATADA.





Câmara Municipal de Barueri

Parlamento 26 de março

ISO 9001 | SA8000 | ISO 14001 | ISO 45001
Concorrência Pública nº 001/2026 – pág. 83

16.4. A CONTRATADA se obriga a manter, durante toda a execução deste contrato, em compatibilidade com as obrigações por ela assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

16.5. A obrigação de o contratado cumprir as exigências de reserva de cargos prevista em lei, bem como em outras normas específicas, para pessoa com deficiência, para reabilitado da Previdência Social e para aprendiz;

16.5. As questões decorrentes da execução deste contrato que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgados no foro da comarca de Barueri/SP.

E, por estarem justos e acordados, assinam o presente contrato em 03 (três) vias de igual teor e forma, na presença das testemunhas que igualmente o subscrevem.

Barueri, ____/____/____

CONTRATANTE

CONTRATADA

Testemunhas:





CONTRATO Nº 0XX/20XX – ANEXO A
TERMO DE CIÊNCIA E DE NOTIFICAÇÃO

CONTRATANTE: CÂMARA MUNICIPAL DE BARUERI

CONTRATADO: (...)

CONTRATO Nº (DE ORIGEM): CONTRATO Nº 0XX/20XX

OBJETO:

Pelo presente TERMO, nós, abaixo identificados:

1. Estamos CIENTES de que:

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

2. Damo-nos por NOTIFICADOS para:

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

Barueri, __ de _____ de 20XX.

AUTORIDADE MÁXIMA DO ÓRGÃO/ENTIDADE:

Nome:

Cargo:

CPF:

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

Nome:

Cargo:





Câmara Municipal de Barueri

Parlamento 26 de março

ISO 9001 | SA8000 | ISO 14001 | ISO 45001
Concorrência Pública nº 001/2026 – pág. 85

CPF:

Assinatura:

RESPONSÁVEIS QUE ASSINARAM O AJUSTE:

Pelo contratante:

Nome:

Cargo:

CPF:

Assinatura:

Pela contratada:

Nome:

Cargo:

CPF:

Assinatura:

ORDENADOR DE DESPESAS DA CONTRATANTE:

Nome:

Cargo:

CPF:

Assinatura:

GESTOR(ES)/ FISCAIS DO CONTRATO:

Nome:

Cargo:

CPF:

Assinatura:

DEMAIS RESPONSÁVEIS (*):

Tipo de ato sob sua responsabilidade:

Nome:

Cargo:

CPF:

Assinatura:

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

