PROCESSO ADMINISTRATIVO N.º 4361/2026
CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º 001/2026
EDITAL DE LICITAÇÃO

SUMÁRIO

SUMÁRIO.....1
PREÂMBULO.....3
1. DO OBJETO.....5
2. DA PARTICIPAÇÃO.....5
3. DO CREDENCIAMENTO.....6
4. PROPOSTA TÉCNICA.....8
5. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA.....9
6. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS.....17
7. PROPOSTA DE PREÇO.....19
8. DA APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO.....20
9. DA VALORAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇO.....22
10. JULGAMENTO FINAL – MÉDIA PONDERADA ENTRE AS PROPOSTAS TÉCNICA E DE PREÇO.....24
11. DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO.....26
12. DO PROCEDIMENTO.....31
13. DO RECURSO E DO ENCERRAMENTO DA LICITAÇÃO.....36
14. DA CONTRATAÇÃO.....37
15. DAS INFRAÇÕES E SANÇÕES ADMINISTRATIVAS.....38
16. DAS CONDIÇÕES DE FORNECIMENTO E PAGAMENTO.....39
17. DAS SANÇÕES PARA O CASO DE INADIMPLEMENTO CONTRATUAL.....39
18. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA.....39
19. DA DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS.....40
20. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS.....40
ANEXO I – BRIEFING.....42
ANEXO II – MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO.....46
ANEXO III – DECLARAÇÃO DE CUMPRIMENTO DOS REQUISITOS DE HABILITAÇÃO CONFORME ART. 63, INCISO I, DA LEI 14.133/21.....48

ANEXO IV – DECLARAÇÕES RELATIVAS AO ARTIGO 63, INCISO IV E § 1º E ARTIGO 68, INCISO VI DA LEI FEDERAL 14.133/21.....49

ANEXO V – COMPROMISSO DE ASSINATURA DO TERMO DE CIÊNCIA E NOTIFICAÇÃO.....50

ANEXO VI – TERMO DE REFERÊNCIA.....52

ANEXO VII – MINUTA DE CONTRATO.....73

ANEXO VIII – MODELO DE DECLARAÇÃO DE E-MAIL PARA COMUNICAÇÃO COM A ADMINISTRAÇÃO89

ANEXO IX – ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR – ETP.....90

ANEXO X - MODELO – DECLARAÇÃO – MICROEMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE.....97

PREÂMBULO

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 001/2026
PROCESSO Nº 4361/2026
DATA E HORA DE ABERTURA DA SESSÃO PÚBLICA: 16/10/2026 ÀS 09h30
ÍNTEGRA DO EDITAL E AS GRAVAÇÕES DAS SESSÕES PÚBLICAS ESTARÃO DISPONÍVEIS NO ENDEREÇO ELETRÔNICO: www.comprascacapava.com.br
MODO DE DISPUTA: FECHADO

A **Prefeitura Municipal de Caçapava** faz saber a todos os interessados que se acha aberta a licitação pública, na modalidade **CONCORRÊNCIA PRESENCIAL**, sob o critério de julgamento **TÉCNICA E PREÇO**, objetivando a **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA, PARA EXECUÇÃO E VEICULAÇÃO DE MATERIAL DE DIVULGAÇÃO INSTITUCIONAL DESTA MUNICIPALIDADE, CONFORME ESPECIFICAÇÕES CONSTANTES NO TERMO DE REFERÊNCIA – ANEXO VI**, que será analisada e julgada pela Comissão de Contratação, sendo regida pela Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, Lei Federal nº 4.680, de 18 de junho de 1965, Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021, Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006 e suas respectivas regulamentações.

Os invólucros nº **1, 2, 3 e 4**, contendo o Plano de Comunicação Publicitária – Via **Não-Identificada**, Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e a Proposta de Preço, deverão obedecer às especificações deste instrumento convocatório e **serão recebidos**: Na Secretaria Municipal de Cultura e Turismo, na Praça Dr. Pedro de Toledo, 136 – Centro, Caçapava/SP, 12281-350, **no dia 16/10/2026 (sexta-feira) até as 09h30**, local e horário em que será realizada a **PRIMEIRA SESSÃO PÚBLICA**, após o CREDENCIAMENTO dos interessados que se apresentarem para participar do certame.

O **invólucro nº 5**, contendo os documentos de **habilitação**, será entregue apenas pelos licitantes melhores classificados no julgamento final das propostas, conforme previsão contida no art. 6º, inciso I, da Lei Federal nº 12.232, de 2010.

Integram este Edital os Anexos I a X.

DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS: A despesa estimada em **R$ 1.139.333,33, (um milhão, cento e trinta e nove mil, trezentos e trinta e três reais e trinta e três centavos)**, onerará a as seguintes dotações orçamentárias consignada nos exercícios de 2026 e 2027:

Despesa	Natureza da Despesa	Programa de Trabalho (Funcional)	Fonte (nº e título)	Código de Aplicação
773	03.3.90.39	04.131.7004	01 - Tesouro	110-0000
772	03.3.90.39	04.131.7004	01 - Tesouro	110-0000
2645	03.3.90.39	08.131.4015	01 - Tesouro	510-0000
2648	03.3.90.39	08.131.4015	05 – Federal	500-0031
5034	03.3.90.39	08.131.4015	05 – Federal	500-0033
3015	03.3.90.39	08.131.4015	05 – Federal	500-0042
4622	03.3.90.39	10.131.1004	05 – Federal	303-0019
1770	03.3.90.39	10.131.1009	01 - Tesouro	305-0000
4718	03.3.90.39	15.122.8001	03 - Fundos	400-0002
5795	3.3.90.39	10.131.1004	01 – Tesouro	303-0000
6190	3.3.90.39	10.131.1004	08 – Emenda Impositiva	303-0046
5804	3.3.90.39	10.131.1012	01 – Tesouro	302-0069
5805	3.3.90.39	10.131.1012	05 – Federal	302-0070

ESCLARECIMENTOS OU IMPUGNAÇÕES: Qualquer pessoa é parte legítima para impugnar este edital de licitação por irregularidade na aplicação da lei ou para solicitar esclarecimento sobre os seus termos, devendo protocolar o pedido até **3 (três) dias úteis** antes da data de abertura do certame. Os pedidos de esclarecimentos em relação a eventuais dúvidas na interpretação deste Edital, ou impugnações ao mesmo, deverão ser encaminhados à Diretoria de Compras desta Prefeitura, através do e-mail **cpl@cacapava.sp.gov.br**.

As impugnações serão conhecidas se enviadas eletronicamente pelo licitante até as 23:59 horas do último dia útil do prazo para impugnação.

A resposta à impugnação ou ao pedido de esclarecimento será divulgada no prazo de até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame, no Diário Eletrônico do Município e no sítio eletrônico da Prefeitura de Caçapava.

1. DO OBJETO

1.1. A presente licitação tem por objeto a **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA, PARA EXECUÇÃO E VEICULAÇÃO DE MATERIAL DE DIVULGAÇÃO INSTITUCIONAL DESTA MUNICIPALIDADE, CONFORME ESPECIFICAÇÕES CONSTANTES NO TERMO DE REFERÊNCIA – ANEXO VI.**

2. DA PARTICIPAÇÃO

2.1. Poderão participar da CONCORRÊNCIA PRESENCIAL empresas do ramo de atividade pertinente ao objeto da contratação que preencherem todas as exigências constantes deste Edital e do Anexo VI – Termo de Referência.

2.2. **Não** poderão concorrer, direta ou indiretamente, ou participar da licitação, incluídas as vedações estabelecidas pelo artigo 14 da Lei Federal nº 14.133, de 2021:

a) Pessoa física ou jurídica que se encontre, ao tempo da licitação, impossibilitada de participar da licitação em decorrência de sanção que lhe foi imposta;

b) Aquele que mantenha vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau;

c) Empresas controladoras, controladas ou coligadas, nos termos da Lei Federal nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, concorrendo entre si;

d) pessoa física ou jurídica que, nos 5 (cinco) anos anteriores à divulgação do edital, tenha sido condenada judicialmente, com trânsito em julgado, por exploração de trabalho infantil, por submissão de trabalhadores a condições análogas às de escravo ou por contratação de adolescentes nos casos vedados pela legislação trabalhista;

e) Empresas estrangeiras que não funcionem no País;

f) Empresas reunidas sob a forma de consórcio, qualquer que seja sua forma de constituição;

g) Empresa que não emita Nota Fiscal Eletrônica;

h) Não poderá participar, direta ou indiretamente, da licitação ou da execução do contrato agente público do órgão ou entidade contratante, devendo ser observadas as situações que possam configurar conflito de interesses no exercício ou após o exercício do cargo ou emprego, nos termos da legislação que disciplina a matéria, conforme § 1º do art. 9º da Lei Federal nº 14.133, de 2021;

i) Servidor municipal de qualquer órgão ou entidade vinculada à administração municipal de Caçapava, bem como a empresa da qual o servidor seja sócio, dirigente ou responsável técnico;

j) Detentores de mandato eletivo e empresas cujos proprietários sejam detentores de mandato eletivo.

2.3. O impedimento de que trata a alínea "a" do item 2.2 será também aplicado ao licitante que atue em substituição a outra pessoa, física ou jurídica, com o intuito de burlar a efetividade da sanção a ela aplicada, inclusive a sua controladora, controlada ou coligada, desde que devidamente comprovado o ilícito ou a utilização fraudulenta da personalidade jurídica do licitante.

2.4. Será concedido o tratamento favorecido para as microempresas e empresas de pequeno porte estabelecido nos artigos 42 a 45 da Lei Complementar nº 123, de 2006, nos termos em que dispõe o artigo 4º e §§ 1º e 2º da Lei Federal nº 14.133, de 2021, conforme procedimento, dispostos nos subitens 10.5 e 12.14.12 do edital.

2.5. A obtenção do benefício a que se refere o item 2.4 fica limitada às microempresas e às empresas de pequeno porte que, no ano-calendário de realização da licitação, ainda não tenham celebrado contratos com a Administração Pública cujos valores somados extrapolem a receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte, devendo ter sido declarada a observância desse limite na Declaração – Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte.

3. DO CREDENCIAMENTO

3.1. Para o credenciamento deverão ser apresentados os seguintes documentos (**fora dos envelopes nº 1 e nº 2**):

a) **Tratando-se de representante legal:** o estatuto social, contrato social ou outro instrumento de registro comercial, registrado na Junta Comercial, sendo que tal documento deverá estar atualizado, ou contendo todas as alterações, de forma a expressar seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura, sendo que os documentos apresentados na etapa de credenciamento **não** precisarão ser reapresentados no envelope de documentos para habilitação;

b) **Tratando-se de procurador:** o instrumento público de procuração ou particular, do qual constem os necessários poderes para formulação de propostas e para a prática de todos os demais atos inerentes ao certame, acompanhado do correspondente documento, dentre os indicados na alínea "a", que comprove os poderes do mandante para a outorga;

c) Documento oficial de identificação com foto do representante legal ou procurador que representará o licitante;

d) No caso de Microempresa (ME) ou Empresa de Pequeno Porte (EPP): declaração de que cumpre os requisitos estabelecidos no artigo 3º da Lei Complementar nº 123, de 2006, estando apto a usufruir do tratamento favorecido estabelecido em seus

artigos 42 e 43, observado o disposto nos §§ 2º ao 3º do artigo 4º, da Lei Federal nº 14.133, de 2021, conforme modelo estabelecido no Anexo X deste Edital.

3.2. Os documentos poderão ser apresentados em cópia simples **acompanhada dos originais** ou autenticadas em cartório.

3.2.1. Serão aceitos documentos que estiverem disponíveis para livre acesso pela internet, desde que possam ter a sua autenticidade e veracidade confirmadas pelo mesmo meio.

3.3. Serão aceitos documentos com a assinatura eletrônica qualificada, realizada por meio de **certificado digital no padrão ICP-Brasil** instituída pela Medida Provisória nº 2.200-2, de 24 de agosto de 2001 **ou** com a assinatura eletrônica avançada, prevista no art. 4º, II, da Lei Federal nº 14.063, de 23 de setembro de 2020.

3.3.1. Caso o licitante envie documentos com a assinatura eletrônica referida no item 3.3 do edital, será solicitado pelo Presidente da Comissão de Contratação que o arquivo original seja encaminhado para o e-mail, por ele indicado, para a verificação da assinatura junto ao verificador de conformidade de assinatura do Instituto Nacional de Tecnologia da Informação (https://validar.iti.gov.br/), no **prazo de 15 minutos**, prorrogável a critério do Presidente da Comissão de Contratação.

3.3.2. **Não serão aceitas** assinaturas eletrônicas cuja conformidade não possa ser verificada pelo serviço oficial de validação de assinaturas eletrônicas do governo, conforme disposto na Portaria ITI nº 22, de 28 de setembro de 2023

3.3.3. Os arquivos enviados após o prazo de envio, disponibilizado pelo Presidente da Comissão de Contratação, **não serão aceitos, decaindo do direito de sua apresentação**.

3.3.4. Os documentos cuja conformidade da assinatura eletrônica **não seja confirmada mediante acesso ao sistema não serão aceitos pelo Presidente da Comissão de Contratação**.

3.3.5. Caso o representante presente tenha poderes para a assinatura do documento, o Presidente da Comissão de Contratação oportunizará a sua assinatura.

3.3.6. Tratando-se da impossibilidade de verificação da assinatura eletrônica aposta na procuração referida no item 3.1 “b” do edital, o licitante seguirá na licitação **sem representante credenciado**.

3.3.7. A Prefeitura Municipal de Caçapava **não se responsabilizará** por eventual indisponibilidade ou inconsistência do sistema de verificação da autenticidade de documento no momento da realização da sessão.

3.4. A prova de autenticidade de cópia de documento público ou particular poderá ser feita perante agente da Administração, mediante apresentação de original ou declaração de autenticidade por advogado, sob sua responsabilidade pessoal.

3.5. O reconhecimento de firma somente será exigido quando houver dúvida de autenticidade, salvo imposição legal.

3.6. Será admitido apenas 01 (um) representante para cada licitante credenciado e cada representante somente poderá representar 1 (uma) licitante.

3.7. O licitante responde integralmente por todos os atos praticados na CONCORRÊNCIA PRESENCIAL, por seu representante devidamente credenciado.

4. PROPOSTA TÉCNICA

4.1. A Proposta Técnica será entregue à Comissão de Contratação acondicionada em 3 (três) invólucros, sendo 2 (dois) invólucros destinados ao Plano de Comunicação (via Não-Identificada e via identificada) e 1 (um) invólucro destinado ao conjunto de informações referentes ao licitante (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação).

4.2. Invólucro nº 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não-Identificada

4.2.1. No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não-Identificada**, de que tratam os subitens 5.4 a 5.4.13.3 deste Edital.

4.2.2. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não-Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado, fornecido pela Comissão de Contratação, a ser retirado, exclusivamente, pelo licitante que o solicitar formalmente à Comissão de Contratação da Prefeitura Municipal de Caçapava, situada na sede da Prefeitura, à Rua Capitão Carlos de Moura, 243, Vila Pantaleão, de segunda a sexta-feira, das 9 h às 15 h, até 5 (cinco) dias úteis antes da primeira sessão pública.

4.2.3. O invólucro nº 1 deverá estar **lacrado e sem rubrica**, até sua abertura, conferindo assim o sigilo quanto à sua autoria.

4.2.4. O Invólucro nº 1 **não** poderá:

a) Ter nenhuma identificação;
b) Apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação do licitante;
c) Estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação do licitante.

4.3. Invólucro nº 2

4.3.1. No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – **Via Identificada**, de que trata a alínea "b" do subitem 5.3 deste Edital.

4.3.2. O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 2 Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada Razão Social e CNPJ do licitante CONCORRÊNCIA PRESENCIAL nº 001/2026 – Prefeitura Municipal de Caçapava

4.3.2.1. O Invólucro nº 2 deverá ser providenciado pelo 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.

4.4. Invólucro nº 3

4.4.1. No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 5.4.14 a 5.4.16.6.

4.4.2. O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 3 Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação Razão Social e CNPJ do licitante CONCORRÊNCIA PRESENCIAL nº 001/2026 — Prefeitura Municipal de Caçapava

4.4.3. O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pelo 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.

4.4.4. O Invólucro nº 3 **não** poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via **Não-Identificada**, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

5. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Publicitária	I. Raciocínio Básico
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária
	III. Ideia Criativa
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia
2. Capacidade de Atendimento	
3. Repertório	
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

5.3. O Plano de Comunicação será apresentado em duas vias:

a) Via **Não-Identificada** (Invólucro nº 1): deverá ser apresentado na forma dos subitens 5.4 a 5.4.13.3 e **não** poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria, antes da abertura do Invólucro nº 2;

b) Via Identificada (Invólucro nº 2): deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não-Identificada, sem os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, e deverá:

i. Conter a identificação do licitante;
ii. Ser datado;
iii. Estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação do licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

5.4. Quesito 1 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não-Identificada: para sua apresentação, o licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

a) Caderno único, orientação retrato e com capa e espiral preto colocado à esquerda;
b) Capa e contracapa em papel A4, branco, com 75 g/m², ambas em branco;
c) conteúdo (miolo) impresso em papel A4, branco, com 75 g/m², orientação retrato;
d) Espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
e) Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
f) Espaçamento simples entre as linhas e duplo após títulos, entretítulos e entre parágrafos;
g) Alinhamento justificado do texto;
h) Texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos;
i) Numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
j) Vedado o uso de bold, negrito, itálico, sublinhado e caixa alta;
k) Sem identificação do licitante.

5.4.1. As especificações do subitem 5.4 **não** se aplicam aos exemplos de peças do subquesito “Ideia Criativa”, que trata a alínea “b” do subitem 5.4.12 deste Edital.

5.4.2. Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, desde que observadas as seguintes orientações:

a) Poderão ser editados em cores;
b) Os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial, tamanho de 10 pontos;
c) Poderão ser apresentadas em A3 dobrado;
d) Poderão ser apresentados na orientação paisagem.

5.4.3. Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

a) Ser editados em cores;
b) Ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;
c) Ter qualquer tipo de formatação de margem;
d) Ser apresentados em papel A3 dobrado;
e) Ser apresentados na orientação paisagem.

5.4.4. Os exemplos de peças integrantes do quesito "Ideia Criativa" deverão ser apresentados separadamente do caderno único referente à alínea "a" do subitem 5.4 deste Edital.

5.4.5. Os exemplos de peças referidos no subitem na alínea "b" do subitem 5.4.12 deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, fornecido pela Comissão de Contratação, **não** podendo o invólucro ser apresentado danificado ou deformado pelas peças, materiais ou demais documentos nele acondicionados.

5.4.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças publicitárias referente ao quesito Ideia Criativa, prevista na alínea "a" do subitem 5.4.12, estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não incluindo nesse limite a capa e a contracapa.

5.4.7. Para fins do limite previsto no subitem 5.4.6, cada folha de papel A3 dobrado será computada como 02 (duas) páginas de papel A4.

5.4.8. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não possuem limitação quanto ao número de páginas, contudo, os licitantes deverão atentar-se às dimensões do Invólucro nº 1, bem como à vedação de apresentação do invólucro danificado ou deformado pelas peças, materiais ou demais documentos nele acondicionados.

5.4.9. O licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no Briefing, observadas as seguintes orientações:

5.4.10. Subquesito 1 – Raciocínio Básico – apresentação em que o licitante descreverá:

a) análise das características e especificidades da Prefeitura Municipal de Caçapava e do seu papel no contexto no qual se insere;
b) Diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
c) Compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

5.4.11. Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Publicitária – apresentação e defesa da Estratégia proposta pelo licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no Briefing, compreendendo:

a) Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;
b) Proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

5.4.12. Subquesito 3 – Ideia Criativa – apresentação da proposta de campanha publicitária em mídias digitais, que materialize a estratégia, contemplando os seguintes conteúdos:

a) Relação de todas as peças publicitárias e de todos os materiais que o licitante julga necessários para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, acompanhada de comentários de especificação, explicitação de funcionalidades e indicação da função tática de cada subitem na campanha proposta;

b) Exemplos das peças e materiais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que o licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 5.4.12.2 deste Edital.

5.4.12.1. Se a campanha proposta pelo licitante prever número de peças publicitárias ou materiais, superior ao limite de 10 (dez) exemplos, a relação prevista na alínea "a" do subitem 5.4.12 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas fisicamente como exemplos e outro para as demais.

5.4.12.2. Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subitem 5.4.12 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

a) **Roteiro, leiaute, mockup ou storyboard estático**, para quaisquer formatos digitais;

b) **Áudio digital (spot), trilha, vinheta ou guia de locução**, quando se tratar de peças sonoras para plataformas digitais;

c) **Storyboard animado, animatic, protótipo navegável, prévia de animação ou vídeo em baixa fidelidade**, para peças em vídeo, animação, motion graphics ou formatos interativos destinados à internet ou redes sociais;

d) **Modelos navegáveis, telas simuladas, wireframes ou leiautes montados**, para peças e materiais digitais não publicitários diretos (como interfaces, páginas, landing pages, e-mails marketing, banners ricos, entre outros).

5.4.12.3. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzidas, desde que não haja prejuízo da leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou passe-partout.

5.4.12.4. As peças que não se ajustarem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas, desde que isso não danifique ou deforme o referido invólucro.

5.4.12.5. Na elaboração do *storyboard* animado ou *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não podendo ser inseridas imagens em movimento.

5.4.12.6. O *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em pen drive, executável em sistema operacional Windows.

5.4.12.7. No pen drive não poderá constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação do licitante ou de qualquer anunciante, sendo permitido apenas a marca do fabricante.

5.4.12.8. Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez), devem ser observadas as seguintes regras:

a) Cada redução ou variação de formato corresponde a uma peça;
b) Cada peça apresentada como parte de um kit será computada individualmente;
c) Peças sequenciais contam como uma, quando a compreensão depender do conjunto;
d) Um hotsite e todas as suas páginas serão considerados uma peça;
e) Um filme e o hotsite que o hospeda serão considerados duas peças;
f) Um banner e o hotsite por ele direcionado serão considerados duas peças;
g) Somente exemplos não finalizados; vedada a captura de vídeo;
h) Storyboard e animatic podem incluir imagens estáticas, trilha e locução;
i) Indicar o tipo de cada exemplo (cartaz, filme, spot, banner e outros);
j) Apresentar os arquivos em mídia digital (pen drive), em formatos usuais (por exemplo: mp3, mp4, mov, pdf, jpg, html).

5.4.12.9. Na apresentação de proposta de hotsite a que se refere à alínea 'd' do subitem 5.4.12.8, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

5.4.13. Subquesito 4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia – constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:

a) Estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação da Prefeitura Municipal de Caçapava a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;
b) Tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;
c) Plano de mídia: composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPP, CPC etc.) e demais informações que o licitante considerar relevantes;
d) Simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

5.4.13.1. Todas as peças publicitárias, que integrarem a relação prevista na alínea 'a' do subitem 5.4.12, deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

5.4.13.2. O plano de mídia (ou plano de distribuição) proposto deverá apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

a) O período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
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 na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação;
e) As quantidades a serem produzidas de cada peça publicitária de não mídia;
f) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça publicitária de não mídia;
g) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia;
h) Os valores (absolutos e percentuais) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

5.4.13.2.1. Nessa simulação:

a) Os preços das inserções em veículos de divulgação ou em plataforma deverão ser os de tabela cheia, ou seja, sem descontos, e vigentes na data de publicação do Edital de Licitação;
b) Deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei Federal nº 4.680, de 1965;
c) Deverão ser desconsiderados os honorários e custos internos sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

5.4.13.3. Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea 'a' do subitem 5.4.13.2.1 deverão ser os vigentes na data da republicação do Edital de Licitação.

5.4.14. Quesito 2 – Capacidade de Atendimento: o licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, fonte Arial, tamanho 12 pontos, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, sem limite de páginas, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação do licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

5.4.14.1. O caderno específico mencionado no subitem 5.4.14 não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não-Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

5.4.14.2. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais o licitante deverá apresentar:

a) Relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
b) Quantificação e qualificação, por área, sob a forma de currículo resumido — contendo, no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência — dos profissionais que poderão

ser colocados à disposição para a execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação (estudo e planejamento; criação; produção digital e audiovisual; mídia e BI; atendimento);

c) Infraestrutura, instalações e recursos materiais do licitante que estarão à disposição da Prefeitura Municipal de Caçapava para a execução do contrato;

d) Sistemática operacional de atendimento e prazos, em condições normais, na execução do contrato;

e) Relação 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 Prefeitura Municipal de Caçapava, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

5.4.15. Quesito 3 – Repertório: o licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, fonte Arial, tamanho 12 pontos, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, sem limite de páginas, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última página por quem detenha poderes de representação do licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

5.4.15.1. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não-Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

5.4.15.2. O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pelo licitante.

5.4.15.3. O licitante deverá apresentar 10 (dez) peças publicitárias ou materiais, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

5.4.15.4. As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas **a partir de 1º de janeiro de 2021**.

5.4.15.5. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pen drive, executável no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 5.4.15 ou ser apresentadas soltas.

5.4.15.6. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 5.4.15 ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

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

5.4.15.8. Para cada peça publicitária deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação do licitante e de

seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou a peça.

5.4.15.9. As peças publicitárias **não** podem se referir a trabalhos solicitados ou aprovados pela Prefeitura Municipal de Caçapava, no âmbito de seus contratos com Agência de Propaganda.

5.4.16. Quesito 4 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: o licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação do licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

5.4.16.1. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não-Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

5.4.16.2. O licitante deverá apresentar 3 (três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pelo licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

a) Deverá ser elaborado pelo licitante, em papel que a identifique;

b) Deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário do licitante responsável por sua elaboração;

c) Não pode se referir a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pela Prefeitura Municipal de Caçapava, no âmbito de seus contratos com Agência de Propaganda;

d) Deverá estar formalmente referendado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

5.4.16.3. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio Relato, no qual constarão, além do referendo, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

5.4.16.4. Os Relatos de que trata o subitem 5.4.16.2 devem ter sido implementados no **período dos últimos 2 (dois) anos**, contado da data marcada para a primeira sessão desta licitação.

5.4.16.5. É permitida a inclusão de até 3 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

a) As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pen drive, executável no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 5.4.16 ou ser apresentadas soltas;

b) As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 5.4.16, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formado, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;

c) Para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

5.4.16.6. A ficha técnica de cada peça, observada a quantidade de 3 (três) peças estabelecidas no subitem 5.4.16.5, deverá compor o limite de 2 (duas) páginas, conforme estabelecido no subitem 5.4.16.2, para a descrição do Relato.

6. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

6.1. A Subcomissão Técnica, prevista no edital licitatório, analisará as Propostas Técnicas dos licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

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

6.2.1. Quesito 1 – Plano de Comunicação Publicitária – até 65 pontos:

6.2.1.1. Subquesito 1 – Raciocínio Básico – até 15 pontos:

a) Compreensão das funções/papel da Prefeitura nos contextos social, político e econômico (0–2);
b) Compreensão das relações da Prefeitura com seus públicos (0–2);
c) Compreensão de características e atividades significativas para a comunicação (0–2);
d) Compreensão da natureza e da extensão do objeto da licitação (0–3);
e) Compreensão do desafio de comunicação (0–3);
f) Compreensão das necessidades para enfrentá-lo (0–3).

6.2.1.2. Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Publicitária – até 15 pontos:

a) Adequação do partido ou tema e do conceito (0–2);
b) Consistência e pertinência da argumentação (0–3);
c) Riqueza de desdobramentos do conceito (0–2);
d) Adequação e exequibilidade da estratégia (0–3);
e) Consistência e pertinência da defesa (0–2);
f) Capacidade de articular comunicação, desafio, públicos, objetivos e verba (0–3).

6.2.1.3. Subquesito 3 – Ideia Criativa – até 25 pontos:

a) Adequação ao desafio (0–2,5);
b) Adequação à estratégia (0–2,5);
c) Adequação ao universo cultural do público-alvo (0–2,5);
d) Multiplicidade de interpretações favoráveis (0–2,5);
e) Originalidade (0–2,5);
f) Simplicidade formal (0–2,5);
g) Pertinência às atividades institucionais e inserção nos contextos (0–2,5);

h) Desdobramentos demonstrados nos exemplos (0–2,5);
i) Exequibilidade (0–2,5);
j) Compatibilidade da linguagem aos meios e públicos (0–2,5).

6.2.1.4. Subquesito 4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia – até 10 pontos:

a) Conhecimento de hábitos de consumo de mídia do público-alvo (0–2);
b) Capacidade analítica (0–2);
c) Consistência do plano simulado de distribuição (0–2);
d) Economicidade do investimento (0–2);
e) Otimização de mídia segmentada, alternativa e de massa (0–2).

6.2.2. Quesito 2 – Capacidade de Atendimento – até 18 pontos:

a) Porte e tradição de clientes (0–3);
b) Experiência da equipe (0–3);
c) Adequação quantitativa e qualitativa da equipe (0–3);
d) Infraestrutura e recursos (0–3);
e) Operacionalidade do relacionamento (0–3);
f) Relevância/utilidade de informações e pesquisas disponibilizadas sem ônus (0–3).

6.2.3. Quesito 3 – Repertório – até 12 pontos:

a) Ideia criativa e pertinência (0–4);
b) Qualidade de execução e acabamento (0–4);
c) Clareza de exposição (0–4).

6.2.4. Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – até 05 pontos

a) A evidência de planejamento estratégico por parte da agência na proposição da solução publicitária (0-1);

b) A demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente (0-1);

c) A complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos (0-1);

d) O encadeamento lógico da exposição do Relato pelo licitante (0-2).

6.3. Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito, a Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas pelos licitantes e a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta, aos critérios de julgamento técnico estabelecidos neste item 6.

6.4. Aos quesitos ou subquesitos será atribuída a pontuação máxima indicada no quadro-resumo a seguir:

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Publicitária (somatória dos subquesitos)		máximo 65
SUBQ	I. Raciocínio Básico	máximo 15
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária	máximo 15

QUESITOS	III. Ideia Criativa	máximo 25
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	máximo 10
2. Capacidade de Atendimento		máximo 18
3. Repertório		máximo 12
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		máximo 05
PONTUAÇÃO MÁXIMA		100

6.5. Se o licitante não observar as quantidades estabelecidas no subitem 5.4.15.3 para apresentação do Repertório e no subitem 5.4.16 para os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesse quesito, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação à respectiva pontuação máxima, prevista no subitem 6.4 deste Edital.

6.6. A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica.

6.7. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito 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.

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

6.9. A Nota Final da Proposta Técnica (NFPT) de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

6.10. Os licitantes serão classificados em ordem decrescente de pontuação, sendo considerada mais bem classificado, na fase de julgamento da proposta técnica, aquele que obtiver a maior pontuação.

6.11. Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

a) Apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não-Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;
b) Obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

7. PROPOSTA DE PREÇO

7.1. Invólucro nº 4

7.1.1. No Invólucro nº 4 deverá estar acondicionado a Proposta de Preço dos licitantes, apresentada e elaborada nos termos do subitem 8.

7.1.2. O Invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 4 Proposta de Preços Razão Social e CNPJ do licitante CONCORRÊNCIA PRESENCIAL nº 001/2026 – Prefeitura Municipal de Caçapava

7.1.3. O Invólucro nº 4 deverá ser providenciado pelo 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.

8. DA APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

8.1. A Proposta de Preço do licitante deverá:

a) Conter o percentual de desconto a ser concedido à Prefeitura Municipal de Caçapava, incidente sobre os valores constantes da Tabela de Valores Referenciais de Serviços Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO/SP, aplicável aos custos dos serviços internos executados diretamente pela agência (D1);

b) Conter o percentual de comissão sobre o desconto padrão (comissão de agência) que repassará para a Prefeitura advindos de negociação, assim como das bonificações por volume, oferecidas pelos veículos de divulgação (D2);

c) Conter o percentual de honorários, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por terceiros, com a intermediação e supervisão da agência (D3):

i. Referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas em decorrência da execução do contrato (art. 2º, § 1º, I, da Lei Federal nº 12.232, de 2010);

ii. Referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material (art. 2º, § 1º, II, da Lei Federal nº 12.232, de 2010) cuja distribuição **não** lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965);

iii. referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias (art. 2º, § 1º, III, da Lei

Federal nº 12.232, de 2010) cuja distribuição **não** lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965;

d) Conter declaração na qual se compromete a 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 Contratante as vantagens obtidas;

e) Conter declaração na qual informa estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas neste Edital;

f) possuir validade, com prazo mínimo de 120 (cento e vinte) dias corridos, a contar da data de apresentação dos respectivos invólucros;

g) Conter declaração informando que os preços propostos compreendem a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de entrega das propostas;

h) Conter declaração informando que a proposta atende a todas as especificações exigidas no Edital – CONCORRÊNCIA PRESENCIAL nº 001/2026 e no seu Termo de Referência;

i) informação de que além da remuneração prevista nas alíneas “a” e “b”, a agência fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965.

8.2. Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade do 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.

8.3. Não se considerará qualquer oferta ou vantagem não prevista no edital, nem percentual de desconto ou vantagem, baseados em ofertas de outros licitantes.

8.4. A proposta deverá estar **digitada** com clareza, em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, e impressa em caderno único, com páginas numeradas sequencialmente, sem emendas, rasuras, borrões, acréscimos ou entrelinhas, em papel que a identifique, contendo a indicação do número desta licitação, a identificação e endereço completo da proponente, a qualificação do signatário e estar datada e assinada pelo representante legal da empresa ou pelo procurador.

8.5. Serão aceitos documentos com a assinatura eletrônica qualificada, realizada por meio de **certificado digital no padrão ICP-Brasil** instituída pela Medida Provisória nº 2.200-2, de 24 de agosto de 2001 **ou** com a assinatura eletrônica avançada, prevista no art. 4º, II, da Lei Federal nº 14.063 de 23 de setembro de 2020.

8.5.1. Caso o licitante envie a proposta com a assinatura digital referida no item 8.5 do edital, será solicitado pelo Presidente da Comissão de Contratação que o arquivo original seja encaminhado para o e-mail, por ele indicado, para verificação da assinatura junto ao verificador de conformidade de assinatura do Instituto Nacional de Tecnologia da

Informação (https://validar.iti.gov.br/), no **prazo de 15 minutos**, prorrogável a critério da Comissão de Contratação.

8.5.2. **Não serão aceitas** assinaturas eletrônicas cuja conformidade não possa ser verificada pelo serviço oficial de validação de assinaturas eletrônicas do governo, conforme disposto na Portaria ITI nº 22, de 28 de setembro de 2023.

8.5.3. **O arquivo contendo a proposta somente deverá ser enviado após a solicitação do Presidente da Comissão de Contratação, no intuito de resguardar o sigilo das propostas.**

8.5.4. O arquivo contendo a proposta, enviado após o prazo de envio disponibilizado pelo Presidente da Comissão de Contratação, **não será aceito**, **decaindo do direito** de sua apresentação.

8.5.5. A proposta cuja conformidade da assinatura digital não seja confirmada, mediante acesso ao sistema, será **desclassificada** pela Comissão de Contratação.

8.5.6. Caso o representante presente tenha poderes para a assinatura da proposta, a Comissão de Contratação oportunizará a assinatura do documento, **não** sendo, portanto, a proposta desclassificada com fundamento no item 8.5.5.

8.5.7. A Prefeitura Municipal de Caçapava **não se responsabilizará** por eventual indisponibilidade ou inconsistência do sistema de verificação da autenticidade de documento no momento da realização da sessão.

8.6. A prova de autenticidade de cópia de documento público ou particular poderá ser feita perante agente da Administração, mediante apresentação de original ou declaração de autenticidade por advogado, sob sua responsabilidade pessoal.

9. DA VALORAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇO

9.1. As Propostas de Preço dos licitantes classificados no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

9.2. Será desclassificada a Proposta de Preço que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer subitem condicionante para a entrega dos serviços.

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

9.4. A Nota Final da Proposta de Preço será apurada de forma objetiva, conforme a metodologia apresentada a seguir:

Percentual de desconto sobre a Tabela de Custos Internos – SINAPRO/SP (D1)	
Percentual	Pontos
0%	0
5%	05
10%	10
15%	15
20%	20

25%	25
30%	30
35%	35
40%	40
45%	45
50%	50

Percentual de comissão sobre o desconto padrão que repassará à Prefeitura (D2)	
Percentual	Pontos
15%	0
14%	8
13%	16
12%	24
11%	32
10%	40

Percentual de honorários incidentes sobre serviços de terceiros (D3)	
Percentual	Pontos
20% (0% de repasse)	0
19% (1% de repasse)	05
18% (2% de repasse)	10

9.5. A Nota Final da Proposta de Preço corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes das tabelas referida no subitem 9.4, como segue:

NPP= D1+D2+D3

Onde:

NPP = Nota da Proposta de Preço

D1 = Percentual de desconto a ser concedido à Prefeitura Municipal de Caçapava, incidente sobre os valores constantes da Tabela de Valores Referenciais de Serviços Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO/SP, aplicável aos custos dos serviços internos executados diretamente pela agência.

D2 = Percentual de comissão sobre o desconto padrão (comissão de agência) que repassará para a Prefeitura advindos de negociação, assim como das bonificações por volume, oferecidas pelos veículos de divulgação (D2)

D3 = Percentual de honorários, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por terceiros, com a intermediação e supervisão da agência (D3):

i. Referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas em decorrência da execução do contrato (art. 2º, § 1º, I, da Lei Federal nº 12.232, de 2010);

ii. Referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material (art. 2º, § 1º, II, da Lei Federal nº 12.232, de 2010) cuja distribuição **não** lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965);

iii. Referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias (art. 2º, § 1º, III, da Lei Federal nº 12.232, de 2010) cuja distribuição **não** lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965.

9.6. A Proposta de Preço que obtiver a maior pontuação será considerada como a de menor preço.

9.7. Serão desclassificadas as propostas:

a) Com percentual de honorários (D3) superior a 20% (vinte por cento) incidentes sobre serviços de terceiros;

b) Com percentuais simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os praticados no mercado;

c) Contiver vícios insanáveis;

d) Apresentar desconformidade com quaisquer outras exigências deste edital ou seus anexos, desde que insanável.

10. JULGAMENTO FINAL – MÉDIA PONDERADA ENTRE AS PROPOSTAS TÉCNICA E DE PREÇO

10.1. O julgamento final das propostas técnicas e de preço será feito de acordo com o critério de julgamento “técnica e preço” e considerará a maior pontuação obtida a partir da ponderação das notas atribuídas aos aspectos de técnica e de preço da proposta, conforme previsto no art. 36 da Lei Federal nº 14.133, de 2021.

10.2. A pontuação final será apurada de forma objetiva por meio da fórmula apresentada a seguir:

$$NF = (NPT \times 0{,}70) + (NPP \times 0{,}30)$$

Onde:

NF = Pontuação Final

NPT = Nota da Proposta Técnica

NPP = Nota da Proposta de Preço

10.3. Será considerado mais bem classificado o licitante cuja proposta tiver maior pontuação após a aplicação da média ponderada entre as propostas Técnica e de Preço.

10.4. Em caso de empate que impeça a identificação automática do licitante mais bem classificado, será considerado mais bem classificado aquele que obtiver a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes à Ideia Criativa, Estratégia de Comunicação, Estratégia de Mídia e de Não Mídia, Capacidade de Atendimento e Repertório.

10.5. Será assegurada, como critério de desempate, a preferência de contratação às microempresas e empresas de pequeno porte, observado, primeiramente, o disposto no item 10.4 e respeitados os critérios previstos no art. 4º da Lei Federal nº 14.133, de 2021, bem como as disposições deste Edital.

10.5.1. Considera-se empate a situação em que a Pontuação Final, resultante da ponderação entre a Proposta Técnica e a Proposta de Preços apresentada por microempresa ou empresa de pequeno porte, seja igual ou até 10% (dez por cento) inferior à maior Pontuação Final obtida no certame.

10.5.2. Caracterizado o empate, será facultado à microempresa ou empresa de pequeno porte melhor classificada exercer o direito de preferência, mediante a apresentação de nova Proposta de Preços, em condições mais vantajosas do que as de sua proposta original.

10.5.3. O critério de desempate somente será aplicado quando a maior Pontuação Final não tiver sido obtida por microempresa ou empresa de pequeno porte.

10.5.4. Não apresentada nova proposta pela microempresa ou empresa de pequeno porte melhor classificada, serão convocadas automaticamente as demais beneficiárias, que tenham apresentado propostas iguais ou até 10% superiores à proposta mais bem classificada, na ordem de classificação, para o exercício do mesmo direito.

10.5.5. Havendo equivalência das Pontuações Finais entre microempresas e empresas de pequeno porte enquadradas na situação de empate, será realizado sorteio, a fim de definir aquela que terá prioridade para apresentar nova proposta de preço.

10.5.6. Caso a microempresa ou empresa de pequeno porte não apresente nova proposta, ou apresente nova proposta que não resulte em alteração da Pontuação Final, permanecerá classificado em primeiro lugar o licitante detentor da maior Pontuação Final originalmente apurada.

10.5.7. Em hipótese alguma a microempresa ou empresa de pequeno porte poderá alterar sua Proposta Técnica ou ter revista a Nota da Proposta Técnica para fins de aplicação do critério de desempate.

10.6. Persistindo o empate entre duas ou mais Notas Finais, obedecido, primeiramente, o disposto nos itens 10.4 e 10.5, serão utilizados os seguintes critérios de desempate:

a) Disputa final, hipótese em que os licitantes empatados poderão apresentar nova Proposta de Preço, em ato contínuo à classificação, sendo recalculada a Nota da Proposta de Preço e a Pontuação final, com a consequente redefinição da classificação;
b) Empresas localizadas no estado de São Paulo;
c) Empresas brasileiras;
d) Sorteio entre os licitantes empatados.

11. DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

11.1. Os documentos de Habilitação serão entregues **apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas**, conforme previsão contida no art. 6º, inciso I, da Lei Federal 12.232, de 2010, e deverão estar acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 5 Habilitação Razão Social e CNPJ do licitante CONCORRÊNCIA PRESENCIAL nº 001/2026 – Prefeitura Municipal de Caçapava

11.2. As empresas licitantes deverão apresentar toda a documentação a seguir indicada, **obrigatoriamente** dentro do invólucro nº 05 (subitem 11.1):

11.2.1. HABILITAÇÃO JURÍDICA:

a) **Registro empresarial na Junta Comercial**, no caso de empresário individual;
b) **Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor**, devidamente registrado na Junta Comercial, tratando-se de sociedade empresária;
c) **Documentos de eleição ou designação dos atuais administradores**, tratando-se de sociedade empresária;
d) **Decreto de autorização**, tratando-se de **sociedade estrangeira** no país e **ato de registro ou autorização para funcionamento**, expedidos pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

11.2.2. HABILITAÇÃO FISCAL, SOCIAL E TRABALHISTA:

a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda **(CNPJ)**;
b) Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual e/ou municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual.

c) Prova de regularidade para com as Fazendas Federal (certidão conjunta negativa de débitos relativos a tributos federais, regularidade social e a dívida ativa da União); Estadual (certidão negativa de débitos inscritos na dívida ativa, apenas ICMS) e Municipal (apenas tributos mobiliários do domicílio ou sede do licitante), na forma da lei, aceitando-se também certidões positivas com efeitos de negativa.

d) Certidão de regularidade de débito para com o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço **(FGTS)**;

e) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas - **CNDT** ou Positiva de Débitos Trabalhistas com Efeito de Negativa;

f) Declaração, subscrita por representante legal do licitante, sob as penas da lei, que cumpre o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal (Anexo V – Modelo – Arquivo de Declarações).

11.2.3. HABILITAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA:

a) Certidão negativa de feitos sobre falência expedida pelo distribuidor da sede do licitante. Para empresas sediadas no Estado de São Paulo, esta certidão deverá ser complementada pela **Certidão de Comarcas e Turmas Recursais (Primeiro Grau) - Cível**

b) 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, sendo vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios;

c) Os licitantes que estiverem em seus balanços com índices inferiores aos determinados no subitem d), poderão comprovar sua qualificação através da comprovação de que possui um Capital Social ou Patrimônio Líquido de 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação. A comprovação deverá ser feita relativamente à data da apresentação da proposta, admitida a atualização para esta data por meio de índices oficiais;

d) Comprovação de índices contábeis de Liquidez Geral (LG) e Liquidez Corrente (LC) individualmente **iguais ou superiores a 1 (um)**, calculados conforme as seguintes fórmulas:

i. Liquidez Geral

$$ILG = \frac{(AC + RLP)}{(PC + ELP)}$$

Onde:

LG = Liquidez Geral

AC = Ativo Circulante

RLP = Realizável a Longo Prazo
PC = Passivo Circulante
ELP = Exigível a Longo Prazo

ii. Liquidez Corrente

$$ILC = \frac{AC}{PC}$$

Onde:
LC = Liquidez Corrente
AC = Ativo Circulante
PC = Passivo Circulante

11.2.3.1. O cálculo dos índices econômico-financeiros terá como base o balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais já exigíveis, conforme alínea "b" do item 11.2.3.

11.2.3.2. O Balanço Patrimonial em formato digital terá a sua autenticação comprovada por meio do recibo de entrega emitido pelo Sistema Público de Escrituração Digital (SPED), quando do envio da Escrituração Contábil Digital – ECD, nos termos do § 1º, do art. 78- A do Decreto nº 1800, de 30 de janeiro de 1996.

11.2.3.3. O licitante que não estiver obrigado a utilizar a Escrituração Contábil Digital – ECD deverá apresentar:

a) O Balanço Patrimonial autenticado pela Junta Comercial; ou

b) O Balanço Patrimonial com as assinaturas do representante legal e do contador responsável, devidamente autenticado pelo órgão competente para o seu registro, conforme a natureza jurídica da empresa (ex.: Cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas ou equivalente).

11.2.3.4. As empresas criadas no exercício financeiro da licitação deverão atender a todas as exigências da habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura.

11.2.3.5. Os documentos referidos acima limitar-se-ão ao último exercício no caso de a pessoa jurídica ter sido constituída há menos de 2 (dois) anos.

11.2.3.6. As microempresas (ME) e empresas de pequeno porte (EPP) não estão dispensadas da apresentação do balanço.

11.2.4. QUALIFICAÇÃO TÉCNICO-OPERACIONAL:

a) Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento válido, emitido pelo Fórum de Autorregulação do Mercado Publicitário (antigo Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP) ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda;

b) Atestados de capacidade técnica, emitidos por pessoas jurídicas de direito público ou privado, que demonstrem capacidade operacional na execução de serviços similares e compatíveis com a parcela de maior relevância do objeto, consistente na execução integrada dos serviços de publicidade, compreendendo as atividades de estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.

11.2.4.1. Os atestados devem comprovar a execução dos serviços similares ao objeto, em períodos sucessivos ou não, por um prazo mínimo, de 6 (seis) meses.

11.2.5. OUTRAS COMPROVAÇÕES:

11.2.5.1. Declaração subscrita por representante legal do licitante, conforme modelo mostrado no Anexo V, atestando que:

a) Nos termos do inciso VI do artigo 68 da Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021, a empresa encontra-se em **situação regular perante o Ministério do Trabalho**, no que se refere à observância do disposto no inciso XXXIII do artigo 7º da Constituição Federal;

b) Cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas específicas;

c) Sob pena de desclassificação, suas propostas econômicas compreendem a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de entrega das propostas;

d) Atende aos requisitos de habilitação, respondendo o declarante pela veracidade das informações prestadas, na forma da lei.

11.3. DISPOSIÇÕES GERAIS:

11.3.1. Os documentos para habilitação poderão ser apresentados em cópia simples **acompanhada dos originais** ou autenticadas em cartório.

11.3.1.1. Serão aceitos documentos que estiverem disponíveis para livre acesso pela internet, desde que possam ter a sua autenticidade e veracidade confirmadas pelo mesmo meio.

11.3.2. Serão aceitos documentos com a assinatura eletrônica qualificada, realizada por meio de **certificado digital no padrão ICP-Brasil** instituída pela Medida Provisória nº 2.200-2,

de 24 de agosto de 2001 **ou** com a assinatura eletrônica avançada, prevista no art. 4º, II, da Lei Federal nº 14.063, de 23 de setembro de 2020.

11.3.2.1. Caso o licitante envie os documentos com a assinatura digital referida no item 11.3.2 do edital, será solicitado pelo Presidente da Comissão de Contratação que o arquivo original seja encaminhado para o e-mail, por ele indicado, para verificação da assinatura junto ao verificador de conformidade de assinatura do Instituto Nacional de Tecnologia da Informação (https://validar.iti.gov.br/), no **prazo de 15 minutos**, prorrogável a critério da Comissão de Contratação.

11.3.2.2. **Não serão aceitas** assinaturas eletrônicas cuja conformidade não possa ser verificada pelo serviço oficial de validação de assinaturas eletrônicas do governo, conforme disposto na Portaria ITI nº 22, de 28 de setembro de 2023.

11.3.2.3. Os arquivos enviados após o prazo de envio, disponibilizado pelo Presidente da Comissão de Contratação, **não serão aceitos, decaindo do direito** de sua apresentação.

11.3.2.4. Os documentos cuja conformidade da assinatura digital não seja confirmada mediante acesso ao sistema **não serão aceitos** pela Comissão de Contratação.

11.3.2.5. Caso o representante presente tenha poderes para a assinatura do documento, o Presidente da Comissão de Contratação oportunizará a sua assinatura.

11.3.2.6. A Prefeitura Municipal de Caçapava **não se responsabilizará** por eventual indisponibilidade ou inconsistência do sistema de verificação da autenticidade de documento no momento da realização da sessão.

11.3.3. A prova de autenticidade de cópia de documento público ou particular poderá ser feita perante agente da Administração, mediante apresentação de original ou declaração de autenticidade por advogado, sob sua responsabilidade pessoal.

11.3.4. Na hipótese de **não** constar prazo de validade nas certidões apresentadas, serão aceitas como válidas as expedidas até **90 (noventa) dias** corridos, contados da data de emissão do documento até a data do certame, sendo que todos os documentos deverão estar com seus prazos de validade em vigor, quando for o caso, na data determinada para ocorrer a licitação.

11.3.5. As Microempresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP) deverão apresentar toda a documentação exigida para fins de comprovação de regularidade fiscal e trabalhista, mesmo que apresente alguma restrição, sendo que a regularidade fiscal e trabalhista só será exigida para efeito de assinatura do contrato.

11.3.5.1. A obtenção do benefício a que se refere o item 11.3.5 fica limitada às microempresas e às empresas de pequeno porte que, no ano-calendário de realização da licitação, ainda não tenham celebrado contratos com a Administração Pública cujos valores somados extrapolem a receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte, devendo ter sido declarada a observância desse limite no Anexo X – Modelo – Declaração – Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte.

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

11.3.7. Em caso de dúvida sobre o ramo de atividade da empresa, esta será dirimida por meio das disposições constantes do Ato Constitutivo, Estatuto ou Contrato Social em vigor.

11.3.8. Entende-se por sede do licitante a sede onde está localizada a empresa (sociedade, empresa individual, etc).

12. DO PROCEDIMENTO

12.1. Em atendimento aos §§ 2º e 5º do artigo 17 da Lei Federal nº 14.133, de 2021, as sessões públicas deste certame serão gravadas em áudio e vídeo.

12.2. Durante a sessão, os licitantes deverão se manifestar exclusivamente por meio dos microfones indicados pelo Presidente da Comissão de Contratação, a fim de assegurar a publicidade e a transparência do ato, além de garantir a integridade da gravação. Qualquer manifestação realizada fora do alcance desses microfones será desconsiderada.

12.3. O procedimento seguirá de acordo com o modo de disputa **"fechado".**

12.4. O julgamento se dará pelo critério "**técnica e preço"**.

12.5. As Sessões Públicas pertinentes a este certame seguirão os procedimentos dispostos neste item.

12.6. Os integrantes da subcomissão técnica **não** poderão participar da primeira sessão, na qual serão recebidos os invólucros com as propostas técnicas e de preços e abertos os invólucros nº 1 e nº 3.

12.7. PRIMEIRA SESSÃO PÚBLICA

12.7.1. No horário e local indicado no preâmbulo deste edital, será feito o **Credenciamento** dos interessados em participar do certame.

12.7.2. Encerrado o Credenciamento, os licitantes entregarão à Comissão de Contratação os **Invólucros nº 1, 2, 3 e 4**, que conferirá a regularidade dos invólucros com as disposições do Edital.

12.7.3. **Não** será recebido o **Invólucro n° 1** se estiver identificado, ou se apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que, por si só, identifique o licitante ou se estiver danificado ou deformado pelas peças e documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da proponente. Neste caso, também não serão recebidos os **Invólucros n° 2, 3 e 4** do licitante.

12.7.4. Após a entrega dos invólucros **não** será permitida a retirada das propostas, sob pena do licitante sofrer a sanção disposta no inciso III do artigo 156 da Lei Federal nº 14.133, de 2021, conforme disposto no § 4º do referido dispositivo.

12.7.5. Serão rubricados no fecho os **Invólucros nº 2 e 4**, que permanecerão fechados e sob a guarda e responsabilidade da Comissão de Contratação.

12.7.6. Primeiramente serão abertos, pela Comissão de Contratação, os **Invólucros n° 1** (Plano de Comunicação Publicitária – Via **Não**-Identificada) de todos os licitantes para a verificação preliminar do seu conteúdo e da ausência de marcas, sinais, etiquetas ou qualquer outro elemento capaz de identificar o licitante.

12.7.7. Posteriormente serão abertos, pela Comissão de Contratação, os **Invólucros n° 3** (Capacidade de Atendimento, Repertório, Relatos de Soluções e Problemas de Comunicação) de todos os licitantes, para que seja verificado, se no invólucro e no seu conteúdo **não** constam informações, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via **Não**-Identificada, que possibilite a identificação da autoria antes da abertura do **Invólucro n° 2.**

12.7.8. Os documentos constantes dos **Invólucros nº 1 e nº 3** serão colocados à disposição dos representantes dos licitantes presentes para exame.

12.7.9. Se, ao examinar os conteúdos dos **Invólucros nº 1 e nº 3**, a Comissão de Contratação ou os representantes dos licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), **inequivocamente**, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via **Não**-Identificada, a Comissão de Contratação desclassificará o licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para interposição de recurso.

12.7.10. A Comissão de Contratação e os licitantes presentes **não lançarão** nenhum código, sinal, rubrica ou marca nos invólucros padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do plano de comunicação publicitária.

12.7.11. Se todos os licitantes expressamente estiverem de acordo com as decisões tomadas pela Comissão de Contratação na Primeira Sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade na forma prevista no Edital.

12.7.12. Se algum licitante se manifestar contra qualquer decisão da Comissão de Contratação, proferida na primeira sessão, será aberto o prazo de 3 (três) dias úteis para a interposição de recursos, que serão processados na forma do item 13 deste Edital.

12.7.13. Posteriormente a ata será lavrada e a sessão será encerrada.

12.8. Encaminhamento e julgamento do Invólucro nº 1

12.8.1. Não havendo a interposição de recurso ou tendo sido julgados eventuais recursos, a Comissão de Contratação enviará a Subcomissão Técnica os **Invólucros n° 1**, com o Plano de Comunicação Publicitária – Via **Não**-Identificada.

12.8.2. A Subcomissão Técnica fará a análise individualizada e o julgamento do Plano de Comunicação Publicitária – Via **Não**-identificada, de acordo com os critérios estabelecidos no Edital.

12.8.3. Após o julgamento referido no item acima, a Subcomissão Técnica encaminhará a Comissão de Contratação a Ata de Julgamento e as Planilhas com as pontuações e as justificativas escritas das razões que as fundamentaram, caso a caso.

12.9. Encaminhamento e julgamento do Invólucro nº 3

12.9.1. Somente após ter recebido os **Invólucros n° 1** com os Planos de Comunicação Publicitária – Via **Não**-Identificada com a ata de julgamento da Subcomissão Técnica, a Comissão de Contratação enviará os **Invólucros n° 3** – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação à referida subcomissão.

12.9.2. A Subcomissão Técnica fará a análise individualizada e o julgamento do conteúdo dos **Invólucros n° 3** de acordo com os critérios estabelecidos no Edital.

12.9.3. Após o julgamento referido no item acima, a Subcomissão Técnica encaminhará a Comissão de Contratação a Ata de Julgamento e as Planilhas com as pontuações e as justificativas escritas das razões que as fundamentaram, caso a caso.

12.10. A desclassificação decorrente da identificação da proponente antes da abertura do Invólucro nº 2, ensejará a **não** atribuição de pontuação pela Subcomissão Técnica.

12.11. Se alguma proposta técnica for desclassificada, ressalvada a hipótese prevista no item 12.10, por desatendimento às exigências do edital, por ter obtido nota zero nos quesitos ou subquesitos, a Subcomissão Técnica atribuirá pontos a cada quesito e subquesito, lançando sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos seus membros, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

12.12. SEGUNDA SESSÃO PÚBLICA

12.12.1. Após o recebimento dos **Invólucros n° 1 e 3** e as respectivas Atas e Planilhas de Julgamento com as pontuações e as justificativas pertinentes da Subcomissão Técnica, a Comissão de Contratação convocará os licitantes para a Segunda Sessão Pública. As comunicações serão disponibilizadas aos proponentes por meio de qualquer canal que garanta a comprovação de recebimento, mediante publicação no Diário Oficial do Município, no portal oficial desta Prefeitura, ou por comunicação direta a cada uma das empresas participantes do certame. O Presidente da Comissão de Contratação abrirá a sessão identificando os representantes dos licitantes presentes e posteriormente prosseguirá com a leitura da Ata de Julgamento das Propostas Técnicas recebida da Subcomissão Técnica.

12.12.2. O Presidente da Comissão de Contratação abrirá a sessão identificando os representantes dos licitantes presentes e posteriormente prosseguirá com a leitura da Ata de Julgamento das Propostas Técnicas recebida da Subcomissão Técnica.

12.12.3. Será dado vistas aos representantes presentes dos envelopes e documentos recebidos da Subcomissão Técnica.

12.12.4. Serão abertos os **Invólucros n° 2** – Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, para realizar o cotejo com os **Invólucros nº 1** - Plano de Comunicação Publicitária – Via **Não**-Identificada para identificação de sua autoria.

12.12.5. Posteriormente, a Comissão de Contratação elaborará a planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica e anunciará o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas, registrando em Ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação.

12.12.6. Em ato contínuo, a ata será lavrada e a sessão será encerrada.

12.12.7. O resultado do julgamento geral da proposta técnica, com a indicação dos licitantes classificados e desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, será publicado na forma prevista neste Edital, abrindo-se o prazo de 3 (três) dias úteis para a interposição de recursos, que serão processados na forma do item 13 deste Edital.

12.13. TERCEIRA SESSÃO PÚBLICA

12.13.1. Não havendo a interposição de recurso ou tendo sido julgados eventuais recursos, a Comissão de Contratação convocará os licitantes para a Terceira Sessão Pública.

12.13.2. O Presidente da Comissão de Contratação identificará os representantes dos licitantes presentes e realizará a abertura dos **Invólucros n° 4** – Propostas de Preço de todos os licitantes.

12.13.3. Os documentos constantes do **Invólucro nº 4** serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Contratação e representantes dos licitantes presentes.

12.13.4. As Propostas de Preço serão examinadas quanto à sua regularidade e julgadas de acordo com os critérios estabelecidos neste Edital.

12.13.5. A Comissão de Contratação fará a avaliação e a valoração das propostas de preço, de acordo com critérios objetivos preestabelecidos neste Edital, e anunciará o resultado do julgamento das Propostas de Preço.

12.13.6. Em ato contínuo a Comissão de Contratação realizará a classificação dos proponentes de acordo com a média ponderada das valorizações das propostas técnicas e de preço, de acordo com os pesos preestabelecidos neste Edital, registrando em Ata.

12.13.7. Posteriormente a ata será lavrada e a sessão será encerrada.

12.13.8. O resultado do julgamento final será publicado na forma estabelecida no Edital, com a indicação dos licitantes em ordem de classificação, abrindo-se o prazo de 3 (três) dias úteis para a interposição de recursos, que serão processados na forma do item 13 deste Edital.

12.14. QUARTA SESSÃO PÚBLICA

12.14.1. Não havendo a interposição de recurso ou tendo sido julgados eventuais recursos, a Comissão de Contratação convocará os licitantes para a Quarta Sessão Pública.

12.14.2. Aberta a sessão, serão recebidos e abertos o **Invólucro n° 5** - Habilitação, **apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas**, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e representantes presentes.

12.14.3. Os documentos de habilitação serão verificados quanto à sua regularidade e ao atendimento das condições indicadas neste edital.

12.14.4. A Comissão de Contratação verificará, ainda, se os licitantes atendem às condições de participação no certame, conforme previsto no artigo 14 da Lei Federal nº 14.133, de 2021 e item 2 do edital, em especial quanto à existência de sanção que impeça a participação no certame ou a futura contratação mediante a consulta aos seguintes cadastros:

a) Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas – CEIS e Cadastro Nacional de Empresas Punidas – CNEP através do endereço eletrônico: https://certidoes-apf.apps.tcu.gov.br/; e
b) Relação de Apenados – Tribunal de Contas do Estado de São Paulo (TCE-SP), através da emissão da Certidão de Apenados de Impedimentos de Contrato/Licitação: https://www.tce.sp.gov.br/pesquisa-relacao-apenados

12.14.5. Constatada a existência de sanção, o licitante será reputado **inabilitado**, por falta de condição de participação.

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

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

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

b) Atualização de documentos cuja validade tenha expirado após a data de recebimento das propostas.

12.14.8. O desatendimento de exigências meramente formais que não comprometam a aferição da qualificação do licitante não importará seu afastamento da licitação ou a invalidação do processo.

12.14.9. A vedação à inclusão de novo documento não alcançará documento ausente, comprobatório de condição atendida pelo licitante quando apresentou sua proposta, que não foi juntado com os demais comprovantes de habilitação, por equívoco ou falha, o qual poderá ser solicitado ao licitante ou emitido pela Comissão de Contratação, que o avaliará.

12.14.10. O prazo para apresentação do documento ausente pelo licitante será definido pela Comissão de Contratação na sessão pública.

12.14.10.1. A previsão do item 12.14.9 não se aplica aos documentos exigidos na alínea “b” do item 11.2.4.

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

12.14.12. Em se tratando de Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte, poderão ser sanadas eventuais irregularidades em documentos relativos à regularidade fiscal e trabalhista, nos termos do § 1º do art. 43 da Lei Complementar nº 123, de 2006.

12.14.12.1. À microempresa ou empresa de pequeno porte que apresentar alguma irregularidade na comprovação da regularidade fiscal e trabalhista, será assegurado o prazo de **5 (cinco) dias úteis**, a contar do momento em que for declarada vencedora do certame,

prorrogável por igual período, a critério da Administração, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do crédito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa.

12.14.12.2. A não regularização da documentação, no prazo previsto no item 12.14.12.1, implicará a decadência do direito à contratação, sem prejuízo da aplicação da sanção disposta no inciso III do artigo 156 da Lei Federal nº 14.133, de 2021, conforme disposto no § 4º do referido dispositivo.

12.14.12.3. A obtenção do benefício a que se refere o item 12.14.12.1 fica limitada às microempresas e às empresas de pequeno porte que, no ano-calendário de realização da licitação, ainda não tenham celebrado contratos com a Administração Pública cujos valores somados extrapolem a receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte, devendo ter sido declarada a observância desse limite no Anexo X – Modelo – Declaração – Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte.

12.14.13. Constatado o atendimento aos requisitos de habilitação previstos neste edital, o licitante será habilitado e declarado vencedor do certame.

12.14.13.1. Em ato contínuo a ata será lavrada e a sessão será encerrada.

12.14.14. O resultado da habilitação será publicado na forma estabelecida no Edital, abrindo-se o prazo de 3 (três) dias úteis para a interposição de recursos, que serão processados na forma do item 13 deste Edital.

13. DO RECURSO E DO ENCERRAMENTO DA LICITAÇÃO

13.1. A interposição de recurso referente ao julgamento das propostas, à habilitação ou inabilitação de licitantes, à anulação ou revogação da licitação, observará o disposto na Lei Federal nº 12.232, de 2010 e no art. 165 da Lei Federal nº 14.133, de 2021.

13.2. O prazo recursal é de 3 (três) dias úteis, contados da data de intimação ou de lavratura da ata.

13.3. O recurso será dirigido à autoridade que tiver editado o ato ou proferido a decisão recorrida, que, se não reconsiderar o ato ou a decisão no prazo de 3 (três) dias úteis, encaminhará o recurso com a sua motivação à autoridade superior, a qual deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contado do recebimento dos autos.

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

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

13.6. O prazo para apresentação de contrarrazões ao recurso pelos demais licitantes será de 3 (três) dias úteis, contados da data da intimação pessoal ou da divulgação da interposição do recurso, assegurada a vista imediata dos elementos indispensáveis à defesa de seus interesses.

13.7. As razões e contrarrazões de recurso deverão ser protocoladas na Secretaria de Gestão Pública, situada à Rua Capitão Carlos de Moura, 243 – Vila Pantaleão, das 9 h às 15 h.

13.8. Encerradas as fases de julgamento das propostas técnica e de preço e da habilitação, e exauridos os recursos administrativos, o processo licitatório será encaminhado à autoridade superior, que poderá**:**

a) Determinar o retorno dos autos para saneamento de irregularidades;

b) Revogar a licitação por motivo de conveniência e oportunidade;

c) Proceder à anulação da licitação, de ofício ou mediante provocação de terceiros, sempre que presente ilegalidade insanável;

d) Adjudicar o objeto e homologar a licitação.

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

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

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

14. DA CONTRATAÇÃO

14.1. Homologado o resultado da licitação, será firmado instrumento contratual com a empresa vencedora, em conformidade com a minuta apresentada na forma de Anexo VII, para no prazo de **5 (cinco) dias úteis** contados da data do recebimento da convocação, assinar o termo de contrato, sob pena de decair o direito ao fornecimento, sem prejuízo das sanções previstas no artigo 156 da Lei Federal 14.133/21

14.2. O prazo previsto no item 14.1 poderá ser prorrogado pela Prefeitura Municipal de Caçapava de ofício ou mediante requerimento motivado da adjudicatária.

14.3. A convocação será via telefone ou por *e-mail* ao endereço eletrônico constante da proposta ou outro informado pela Contratada na sessão pública e devidamente registrado em ata.

14.4. Preferencialmente, o termo de contrato será assinado digitalmente, mediante assinatura eletrônica qualificada, ou seja, que utiliza certificado digital emitido em conformidade com a Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira - ICP-Brasil instituída pela Medida Provisória nº 2.200-2, de 24 de agosto de 2001.

14.5. O termo de contrato somente poderá ser assinado em meio físico quando a adjudicatária demonstrar a impossibilidade de assiná-lo na forma do item 14.4 ou quando não for aplicável a obrigação de utilizar certificado digital para os fins do e-Social instituído pelo Decreto Federal nº 8.373, de 11 de dezembro de 2014, ocasião em que será assinado em duas vias de igual teor e forma, cabendo à adjudicatária o ônus de retirá-lo na sede da Prefeitura Municipal no prazo de 30 (trinta) dias após a publicação do extrato do contrato no Portal Nacional de Compras Públicas (PNCP), sob pena de descarte do documento, permanecendo uma via sob a custódia da Contratante.

14.6. A adjudicatária deverá possuir todas as condições necessárias à Habilitação, dispostas neste edital no momento da assinatura do contrato.

14.7. Quando o convocado não assinar o contrato no prazo e nas condições estabelecidas, poderão ser convocados os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a celebração do contrato nas condições propostas pelo licitante vencedor, aplicando-se para tanto os procedimentos previstos nos itens 14.1 e seguintes.

14.8. Na hipótese de nenhum dos licitantes aceitar a contratação nos termos do item 14.7, a Prefeitura Municipal de Caçapava poderá:

a) Convocar os licitantes remanescentes para negociação, na ordem de classificação, com vistas à obtenção de melhor proposta de preço, mesmo que a proposta permaneça acima dos percentuais propostos pelo adjudicatário;

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

14.9. Decorrido o prazo de validade da proposta indicado no edital sem convocação para a contratação, ficarão os licitantes liberados dos compromissos assumidos.

14.10. A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato no prazo estabelecido por este edital caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida e o sujeitará à sanção de multa prevista no item 15.3 deste edital e à aplicação das sanções previstas para o inciso VI do artigo 155 da Lei Federal nº 14.133, de 2021, conforme previsto nos §§ 4º e 5º do art. 156.

15. DAS INFRAÇÕES E SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

15.1. O licitante que, convocado dentro do prazo de validade da sua proposta, não celebrar ou não retirar o contrato; deixar de entregar ou apresentar documentação falsa exigida para o certame; ensejar o retardamento da execução de seu objeto; não mantiver a proposta; falhar ou fraudar na execução do objeto; comportar-se de modo inidôneo; cometer fraude fiscal; praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013; ou desatender aos prazos do item 6.1.6 deste instrumento convocatório - se microempresa ou empresa de pequeno porte, garantido o direito prévio da citação e da ampla defesa, poderá sofrer as sanções previstas no artigo 156 da Lei 14.133/21, sem prejuízo das multas enumeradas abaixo e das demais cominações legais:

15.1.1. Multa de 10,5% (dez vírgula cinco por cento) sobre o valor total do contrato, pela recusa injustificada do adjudicatário em assinar, aceitar ou retirar o contrato, dentro do prazo estabelecido no item 14.1;

15.1.2. Multa de 10,5% (dez vírgula cinco por cento) sobre a parcela não executada do ajuste decorrente deste certame; ou por material não aceito pela contratante e não substituído no prazo fixado por esta, prazo este que não excederá 15 (quinze) dias úteis, contados da intimação.

15.1.3. Multa de 0,5% (zero vírgula cinco por cento) ao dia, por dia de atraso da obrigação não cumprida, até o trigésimo dia, configurando-se, após esse prazo, a hipótese de rescisão unilateral da avença por parte dessa Administração pela inexecução, parcial ou total, de seu objeto.

15.1.4. O pagamento dessas multas não exime a adjudicatária da reparação de eventuais danos, perdas ou prejuízos que seu ato punível venha a acarretar à contratante.

15.1.5. As multas, calculadas como acima, deverão ser recolhidas no prazo de 10(dez) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada por esta Administração.

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

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

15.2. As decisões relacionadas a multas, penalidades e advertências, bem como as notificações dessas decisões, serão publicadas em diário oficial do município e encaminhadas via correios para as empresas sancionadas, garantindo o direito de ampla defesa, a contar da confirmação de recebimento da decisão.

16. DAS CONDIÇÕES DE FORNECIMENTO E PAGAMENTO

16.1. As disposições sobre o fornecimento e pagamento estão dispostas no **Termo de Referência (Anexo VI)** e na **Minuta do contrato (Anexo VII)** que integram este edital como anexos.

16.2. As disposições sobre a fiscalização e gestão do contrato estão dispostas no **Termo de Referência (Anexo VI)** e na **Minuta do contrato (Anexo VII)** que integram este edital como anexos.

17. DAS SANÇÕES PARA O CASO DE INADIMPLEMENTO CONTRATUAL

17.1. As sanções previstas para o caso de inadimplemento contratual estão dispostas na **Minuta do contrato (Anexo VII).**

18. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

18.1 Consoante o artigo 10, § 1º, da Lei Federal nº 12.232, de 2010, as propostas técnicas apresentadas pelos licitantes serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que deverão ser formados em comunicação, publicidade ou marketing, ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Prefeitura Municipal de Caçapava.

18.2 Os membros da subcomissão técnica **não** serão remunerados.

18.3 Os integrantes da subcomissão técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as propostas técnicas e de preços.

18.4 A seleção e a inscrição dos membros da subcomissão técnica ocorreu por meio do Edital de Chamamento nº 005/GAB/2026.

19. DA DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

19.1. As comunicações decorrentes de eventuais recursos, bem como quaisquer outras comunicações, poderão ser disponibilizadas aos proponentes por qualquer meio de comunicação que comprove o recebimento ou ainda, dar-se-ão por meio de publicações em Diário Oficial do Município, ou ainda no site oficial desta Prefeitura, ou ainda, diretamente para cada uma das empresas participantes do certame

20. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

20.1. As regulamentações da Lei Federal nº 14.133, de 2021, e da Lei Complementar nº 123, de 2006, que regem este certame seguem relacionadas abaixo:

a) Decreto Municipal nº 4.985/2025.

20.2. As normas disciplinadoras desta licitação serão interpretadas em favor da ampliação da disputa, respeitada a igualdade de oportunidade entre os licitantes, desde que não comprometam o interesse público, a finalidade e a segurança da contratação.

20.3. Das sessões públicas de processamento da Concorrência, serão lavradas atas a serem assinadas pela Comissão de Contratação, pela equipe de apoio e pelos licitantes presentes.

20.4. Os casos omissos da presente Concorrência serão solucionados pela Comissão de Contratação, por meio de diligências, inclusive junto à Procuradoria do Município e com base na legislação, doutrina e jurisprudência.

20.5. O recebimento dos invólucros não conferirá aos proponentes qualquer direito contra a Prefeitura Municipal, observadas as prescrições da legislação específica.

20.6. A Comissão de Contratação poderá, a qualquer momento, solicitar aos licitantes os esclarecimentos que julgar necessários e realizar diligências para averiguar informações, podendo inclusive suspender a sessão da Concorrência e designar nova data para sua continuidade, ficando intimados no mesmo ato os licitantes presentes.

20.7. A Prefeitura Municipal, responsável pela CONCORRÊNCIA PRESENCIAL, reserva-se o direito de:

a) Revogá-lo, no todo ou em parte, sempre que forem verificadas razões de interesse público decorrente de fato superveniente, ou anular o procedimento, quando constatada ilegalidade no seu processamento;

b) Alterar as condições deste edital, reabrindo o prazo para apresentação de propostas, na forma da legislação, salvo quando a alteração não afetar a formulação das ofertas;

c) Adiar o recebimento das propostas, divulgando a nova data mediante aviso público.

20.8. Na contagem dos prazos estabelecidos neste edital, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento e não havendo expediente na Prefeitura Municipal, ficam automaticamente prorrogados para o próximo dia útil.

20.9. Todas as referências de tempo no edital, no aviso e durante a sessão pública observarão o horário de Brasília – DF.

20.10. A homologação do resultado desta licitação não implicará direito à contratação.

Caçapava, 18 de agosto de 2026.

GABRIEL PINELLI FERRAZ
Secretário Municipal de Gestão Pública

PROCESSO ADMINISTRATIVO N.º 4361/2026
CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º 001/2026
ANEXO I – BRIEFING

Objetivos Estratégicos

O processo licitatório vai julgar a melhor proposta técnica das agências publicitárias participantes do certame. Elas deverão apresentar peças com as informações deste briefing, com ênfase à criatividade de cada uma. O papel essencial das peças publicitárias será o de mostrar ao público-alvo as políticas públicas da atual gestão, que focam na qualidade de vida da população caçapavense e no desenvolvimento econômico da cidade.

Para alcançar a meta proposta, são necessárias divulgações permanentes de prestação de serviços públicos de qualidade, bem como a valorização dos nossos equipamentos públicos municipais, políticas de atração de investimentos e de geração de emprego e renda.

A campanha deverá ter prazo de dois meses de veiculação nas mais diversas mídias (incluindo a eletrônica) com gastos, de no máximo, 20% do conjunto da verba do contrato.

Perfil do Município de Caçapava

Caçapava é um município localizado no Vale do Paraíba, região estratégica entre as duas principais capitais do país, São Paulo e Rio de Janeiro, e próximo às cidades de São José dos Campos e Taubaté. Essa posição geográfica favorece o desenvolvimento econômico e logístico, especialmente nos setores industrial e de serviços.

O município possui aproximadamente 100 mil habitantes, mantendo as caracteríticas de uma cidade do interior, com qualidade de vida, proximidade comunitária e acesso a áreas verdes.

A economia de Caçapava é diversificada, com destaque para indústrias, comércios, agricultura e produção local. A cidade integra o eixo industrial do Vale do Paraíba e conta com áreas destinadas à expansão de novos negócios e atração de investimentos.

A cidade tem acesso direto à Rodovia Presidente Dutra e a Rodovia Carvalho Pinto, sem contar a proximidade do Aeroporto de São José dos Campos e Aeroporto de Guarulhos. Caçapava ainda possui a linha ferrea da malha regional sudeste que interliga os estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais.

Caçapava é um município em desenvolvimento, com potencial para expansão industrial e logística, fortalecimento da inovação e da formação profissional, desenvolvimento sustentável do turismo e da cultura local, geração de empregos qualificados e valorização dos pequenos empreendedores.

Data de aniversário da cidade: 14 de abril de 1855.

Gentílico: Caçapavense.

Dados Sociais:

PIB (Produto Interno Bruto) per capita: aproximadamente R$54.458,95 (2021)

Índice de Desenvolvimento Humano (IDH): 0,788 (2010)

História da Cidade:

Em 1705, o fazendeiro paulista Jorge Dias Velho, casado com Sebastiana de Unhate, construiu a capela de louvor à Nossa Senhora d'Ajuda no local denominado "cassa-paba" (do tupi caassa = mata e paba = clareira, vereda), hoje conhecido como Caçapava Velha, que foi a Célula Mater da organização social, política, religiosa e cultural da cidade.

Em torno da capela fixaram outros moradores, formando o povoado que foi, em 1814, elevado à freguesia subordinada a Taubaté. Do povoado partiram desbravadores e fundadores de outras cidades. Dos dois mais conhecidos são: Francisco Barreto Leme do Prado, fundador de Campinas, e o capitão Tomé Portes D'El Rei, fundador de São João D'El Rei, em Minas Gerais.

As disputas políticas culminaram, em 1842, com deslocamento de um grupo contrário à situação para um outro sítio alguns quilômetros de Caçapava Velha, em terras doadas pelo fazendeiro coronel João Dias da Cruz Guimarães, onde foi construída uma capela em homenagem a São João Batista.

No novo povoamento, os capitães João Ramos da Silva e João Lopes Moreira, com a colaboração do major Francisco Alves Moreira, deram impulso ao desenvolvimento da cidade.

Em 1855, o novo arraial foi elevado à categoria de Vila, elevada à cidade em 1875. A capela de São João Batista passa a ser a Matriz da Paróquia de Nossa Senhora D'Ajuda.

Caçapava completou 170 anos e a Administração Municipal desenvolve políticas específicas para tornar Caçapava uma cidade de oportunidades, com crescimento econômico e social, onde exista oportunidades para todos. Nos anos passados, Caçapava era considerada "cidade dormitório", título que hoje não deve mais ser atrelado a cidade, devido ao seu crescimento econômico e social.

Objetivos da Comunicação

O Departamento de Comunicação da Prefeitura de Caçapava tem como objetivo informar, orientar e aproximar a população das ações, programas, serviços e projetos desenvolvidos pela Administração Municipal. O trabalho é pautado pela transparência, linguagem acessível

e responsabilidade pública, além do compromisso permanente de combater a desinformação e promover o acesso à informação de qualidade.

Para apoiar essa estratégia, a agência de publicidade contratada desempenhará papel essencial na criação e execução das campanhas de comunicação de interesse público. Atuará como parceira técnica do Departamento de Comunicação, contribuindo com o planejamento e desenvolvimento de campanhas, a elaboração de conceitos criativos e peças publicitárias, bem como a produção de materiais gráficos, audiovisuais e digitais. Também será responsável pela direção de arte, pela definição de padrões visuais e pela coerência estética das campanhas, além do planejamento, compra e gestão de mídia em veículos como rádio, televisão, jornal, internet, outdoors e redes sociais.

A agência deverá ainda atuar na criação de conteúdos e estratégias para ambientes digitais, realizar pesquisas e análises para avaliar o desempenho das campanhas e orientar tomadas de decisão futuras. Dessa forma, sua atuação será integrada ao Departamento de Comunicação, contribuindo para fortalecer a comunicação pública municipal, ampliar o alcance das informações de interesse coletivo e promover maior diálogo entre a Prefeitura e a população.

Desafios da comunicação

O principal desafio do Departamento de Comunicação da Prefeitura de Caçapava é garantir visibilidade, clareza e entendimento sobre as ações da Administração Municipal, promovendo a divulgação de programas, serviços, obras, atos oficiais e campanhas de interesse público, comunitário, cultural e turístico.

No cenário atual, marcado pela circulação acelerada de informações e pela presença constante das redes sociais no cotidiano da população, torna-se indispensável utilizar linguagem clara, acessível e adequada a cada público. A comunicação deve ser capaz de esclarecer, sensibilizar e informar, contribuindo para a construção de confiança entre governo e sociedade, além de atuar de forma ativa no combate à desinformação.

O município de Caçapava vive um momento de transformação, com avanços em infraestrutura, melhorias em serviços públicos e fortalecimento do ambiente de desenvolvimento econômico, empreendedorismo e geração de oportunidades. No entanto, ainda há um desafio de percepção junto à população: grande parte dos moradores não se reconhece como parte desse movimento de progresso, o que dificulta o fortalecimento da identidade local e o sentimento de pertencimento.

Além disso, o cenário de circulação acelerada de informações e disputas narrativas exige uma comunicação clara, estratégica e emocionalmente significativa, capaz de valorizar a cidade, reforçar seus diferenciais e combater visões defasadas sobre seu potencial.

Objetivo Geral

Desenvolver uma campanha institucional que consolide Caçapava como a cidade das oportunidades e do futuro, reforçando o orgulho de ser caçapavense e aproximando a população das ações realizadas pela gestão.

Objetivos Específicos

Fortalecer a identidade e o sentimento de pertencimento da população. Mostrar, de maneira clara e acessível, as melhorias e investimentos realizados pela Prefeitura. Transmitir a ideia de futuro, evidenciando projetos, obras e iniciativas que ampliam oportunidades econômicas, educacionais, culturais e sociais. Estabelecer um discurso unificado que apresente Caçapava como um município em evolução, acolhedor, dinâmico e com visão estratégica. Gerar engajamento emocional, reforçando o orgulho de viver, trabalhar e empreender em Caçapava. Promover participação popular, sendo protagonistas do desenvolvimento local.

Público Alvo

População de Caçapava, empreendedores, turistas, imprensa, formadores de opinião.

Everton Rodrigues
Chefe de Gabinete

PROCESSO ADMINISTRATIVO N.º 4361/2026
CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º 001/2026
ANEXO II – MODELO PROPOSTA DE PREÇO

Objeto: Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de Agência de Propaganda para execução e veiculação de material de divulgação institucional desta municipalidade.

À Comissão de Contratação
Município de Caçapava

A empresa (NOME DA EMPRESA), inscrita no CNPJ/MF sob nº (NÚMERO DO CNPJ), com sede na (ENDEREÇO COMPLETO), aqui representada por (NOME E QUALIFICAÇÃO DO REPRESENTANTE LEGAL), para fins de participação no procedimento licitatório supramencionado, e em cumprimento a legislação e regulamento vigentes, apresenta a seguinte Proposta de Preços:

1. Honorários incidentes sobre os custos comprovados, realizados com a efetiva intermediação deste empresa, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição proporcione o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação:
.....% (..... por cento).

2. Desconto de .....% (..... por cento) sobre os custos referenciais da Tabela de Custos Referenciais da Tabela Referencial de Custos e Serviços Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo.

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

Declaramos ainda, sobas penas da Lei, que aceitamos todas as condições do edital desta Concorrência e seus anexos.

Proponente:

CNPJ/MF Nº:

Endereço:

CEP: Cidade: Estado:

Telefone:

Nome do subscritor:

RG nº: CPF nº:

Nacionalidade

Função que exerce na empresa:

Endereço residencial:

Local e data:

Assinatura do Representante Legal

Nome Completo

PROCESSO ADMINISTRATIVO N.º 4361/2026
CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º 001/2026
ANEXO III

DECLARAÇÃO DE CUMPRIMENTO DOS REQUISITOS

A empresa _____, sediada na Rua (Av., Al., etc.) _____, cidade ____, estado ____, inscrita no CNPJ sob nº _____, por seu diretor (sócio gerente, proprietário)_____, **DECLARA**, sob as penas da lei, para fins de habilitação no **Pregão Eletrônico nº ____/____,**ora sendo realizado pela Prefeitura _____, que preenche os requisitos de habilitação previstos no item próprio do respectivo Edital, (***** exceto no que diz respeito aos requisitos de regularidade fiscal e trabalhista, os quais deverão ser comprovados no prazo de 5 (cinco) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado o vencedor do certame, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e apresentação de eventuais certidões negativas, ou positivas com efeito de negativas).

*** DECLARA** também, sob as penas da lei, que cumpre os requisitos legais para a qualificação como microempresa ou empresa de pequeno porte, em especial no que diz respeito ao contido no art. 4º da Lei 14.133/21, estando apta a usufruir do tratamento favorecido estabelecido nos artigos 42 a 49 da Lei Complementar, não se enquadrando em qualquer das hipóteses de exclusão relacionadas na legislação citada.

Para que produza os efeitos legais, firmamos a presente declaração.

*** Declaração a ser realizada por ME e EPP.**

_____

Local e data

_____

Nome e identidade do declarante

PROCESSO ADMINISTRATIVO N.º 4361/2026
CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º 001/2026
ANEXO IV

DECLARAÇÕES RELATIVAS AOS ARTIGOS 63, INCISO IV E 68, INCISO VI DA LEI FEDERAL 14.133/21

A empresa _____ sediada na Rua (Av., Al., etc.) _____, cidade ____, estado ____, inscrita no CNPJ sob nº _____, por seu diretor (sócio gerente, proprietário)_____, **DECLARA**, sob as penas da lei, para fins de participação no **CONCORRÊNCIA PRESENCIAL nº ____/____,**ora sendo realizado pela Prefeitura....., declara que:

- A proposta econômica apresentada compreende a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de entrega da proposta;

- Atende à reserva de cargos prevista em lei para pessoa com deficiência ou para reabilitado da Previdência Social e às regras de acessibilidade previstas na legislação, conforme disposto no art. 93 da Lei nº 8.213, de 24 de julho de 1991. *

- Não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos.

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

**** Esta declaração deverá ser apresentada por empresas que possuam no mínimo 100 (cem) empregados.***

***** Em caso afirmativo, assinalar a ressalva***

_____

Local e data

_____

Nome e identidade do declarante

PROCESSO ADMINISTRATIVO N.º 4361/2026
CONCORRÊNCIA N.º 001/2026
ANEXO V

COMPROMISSO DE ASSINATURA DO TERMO DE CIÊNCIA E NOTIFICAÇÃO

A empresa _____, sediada na Rua (Av., Al., etc.) _____, cidade ____, estado ____, inscrita no CNPJ sob nº _____, por seu diretor (sócio gerente, proprietário)_____, **ASSUME O COMPROMISSO**, formal, pelo presente documento, sob as penas da lei, para fins de participação na **CONCORRÊNCIA PRESENCIAL nº ____/____**, ora sendo realizado pela Prefeitura ....., de que, uma vez sagrando-se adjudicatária do certame, assinará, juntamente com a referida Prefeitura, e concomitante com a assinatura da avença que decorrerá do presente certame, ***Termo de Ciência e Notificação***, conforme Instruções 01/2020 do E. Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, conforme minuta ora apresentada.

Para que produza os efeitos legais, firmamos a presente declaração.

Local e data

_____

Nome e identidade do declarante

CONTRATANTE:_____
CONTRATADO:_____
PROCESSO N. (DE ORIGEM):_____
OBJETO:_____
ADVOGADO (S) / N° OAB/e-mail: (*)_____
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 à análise e julgamento pelo Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, cujo trâmite processual ocorrerá pelo sistema eletrônico;

b) Poderemos ter acesso ao processo, tendo vista e extraindo cópias das manifestações de interesse, Despachos e Decisões, mediante regular cadastramento no Sistema de Processo Eletrônico, em consonância com o estabelecido na Resolução nº 01/2011 do TCESP;

c) Além de disponíveis no processo eletrônico, todos os Despachos e Decisões que vierem a ser tomados, relativamente ao aludido processo, serão publicados no Diário Oficial do Estado, Caderno do Poder legislativo, parte do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, em conformidade com o

artigo 90 da Lei Complementar nº709, 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 estão cadastradas no módulo eletrônico do "Cadastro Corporativo TCESP – CadTCESP", nos termos previstos no Artigo 2º das Instruções nº 01/2020, conforme "Declaração(ões) de Atualização Cadastral" anexa (s);

e) É de exclusiva responsabilidade do contratado manter seus dados sempre atualizados.

2. Damo-nos por NOTIFICADOS para:

a) O acompanhamento dos atos do processo até seu julgamento final e consequente publicação;

b) Se for o caso e de nosso interesse, nos prazos e nas formas legais e regimentais, exercer o direito de defesa, interpor recursos e o que mais couber.

LOCAL e DATA:_____

AUTORIDADE MÁXIMA DO ÓRGÃO/ENTIDADE,

Nome: _____

Cargo: _____

CPF: _____

Assinatura: _____

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

Nome: _____

Cargo: _____

CPF: _____

Assinatura: _____

RESPONSÁVEIS QUE ASSINARAM O AJUSTE

Pelo contratante:

Nome: _____

Cargo: _____

CPF: _____

Assinatura: _____

Pelo contratada:

Nome: _____

Cargo: _____

CPF: _____

Assinatura: _____

ORDENADOR DE DESPESAS DA CONTRATANTE:

Nome: _____

Cargo: _____

CPF: _____

Assinatura: _____

(*) Facultativo. Indicar quando já constituído, informando, inclusive, o endereço eletrônico.

PROCESSO ADMINISTRATIVO N.º 4361/2026
CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º 001/2026
TERMO DE REFERÊNCIA

1) DO OBJETO

Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, para execução e veiculação de material de divulgação institucional desta municipalidade, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010, com aplicação subsidiária da Lei Federal nº 14.133/2021.

Os serviços são classificados como serviços especiais, nos termos do artigo 6º, inciso XIV, da Lei Federal nº 14.133/2021, em razão de sua heterogeneidade, complexidade, natureza criativa e impossibilidade de padronização objetiva, submetendo-se especialmente à Lei Federal nº 12.232/2010, com aplicação subsidiária da Lei Federal nº 14.133/2021.

2) JUSTIFICATIVA E OBJETIVO DA CONTRATAÇÃO

A contratação de uma agência de publicidade se faz necessária para prestação de serviços de publicidade institucionais de utilidade pública no intuito de promover, educar e informar, por meio de campanhas institucionais e de utilidade pública, não integrando o objeto desta contratação a publicação legal obrigatória de atos oficiais, que possui natureza distinta. Para atender as demandas desta prefeitura, assim como todas as secretarias municipais (como exemplo as campanhas da área da saúde, combate à dengue, prevenção contra DSTs, campanhas na área da cidadania promovidas pelo Cras, Creas, informativos na área de educação, cultura, esporte, meio ambiente, etc).

Entende-se por serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente, que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral. A contratação deverá observar integralmente a Lei Federal nº 12.232/2010 e, de forma subsidiária, a Lei Federal nº 14.133/2021.

A Prefeitura de Caçapava busca, com a contratação de uma agência de publicidade, aprimorar sua comunicação institucional, garantindo maior eficiência, qualidade técnica e agilidade na execução das ações de divulgação governamental. A parceria permitirá o uso mais responsável dos recursos públicos e o fortalecimento da imagem institucional, com suporte profissional e estratégico às secretarias municipais.

3) DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO

O presente Termo de Referência tem como objeto a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de Agência de Propaganda, para execução e veiculação de material de divulgação institucional desta municipalidade.

Os serviços, objeto desta licitação, compreendem: estudo, planejamento, conceituação,

criação, execução interna, intermediária e externa, distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, e a supervisão de execução e veiculação de publicidade ao público em geral; planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre os resultados das campanhas publicitárias e ações de comunicação; produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados; e a criação, produção e execução de novas formas de comunicação com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias, tudo conforme especificado neste edital e seus anexos, os quais passam a fazer parte integrante deste procedimento.

Tais serviços deverão ter caráter legal, educativo, informativo, de orientação social ou de defesa e desenvolvimento de cidadania e de utilidade pública, perseguindo sempre a meta de eficiência e racionalidade na otimização e aplicação dos recursos, com permanente e sistemática avaliação dos resultados.

A execução dos serviços dar-se-á de forma contínua, atendendo às demandas das diversas secretarias municipais, com caráter estritamente institucional, educativo, informativo e de utilidade pública, vedada a promoção pessoal de autoridades ou servidores, em consonância com a Constituição Federal e com a legislação aplicável.

4) DOS REQUISITOS PARA CONTRATAÇÃO

Poderá participar do certame a empresa que atenda às seguintes condições:

- Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento válido, emitido pelo Fórum de Autorregulação do Mercado Publicitário (antigo Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP) ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda
- Apresentar proposta técnica e comercial e documentos de habilitação;
- Apresentar documentação de qualificação técnica compatível com o objeto, incluindo atestados de capacidade técnica que comprovem experiência em serviços de publicidade;
- Estar regularmente constituída e inscrita no CNPJ, com objeto social compatível com a contratação;
- Apresentar comprovação de regularidade fiscal;
- Não possuir impedimentos para contratar com a Administração Pública, nos termos da Lei Federal nº 14.133/21;
- Garantir a emissão de Nota Fiscal eletrônica correspondente ao fornecimento.

5) EXECUÇÃO DO OBJETO

A Contratada fica responsável ainda pela observância de todas as Normas e legislações pertinentes ao ramo de atividade.

É de responsabilidade da CONTRATADA o fornecimento de todos os equipamentos e meios necessários para promover a entrega dos itens e com o custo já incluso no valor a ser pago pela Prefeitura de Caçapava.

O contrato terá vigência inicial de 12 (doze) meses, contada da data indicada no instrumento contratual, nos termos dos arts. 105 a 107 da Lei Federal nº 14.133/2021, condicionada sua eficácia à divulgação no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), nos termos do art. 94 da mesma lei, iniciando-se a execução mediante a emissão de Ordem de Serviço. A prorrogação poderá ser admitida mediante termo aditivo, desde que prevista no edital e no contrato, mantida a vantajosidade, observada a disponibilidade orçamentária e respeitado o limite máximo admitido, mediante prévia justificativa da área demandante e manifestação da Procuradoria Geral do Município.

5.1. A prestação dos serviços será executada de forma contínua pela contratada, ao longo do prazo de execução. A Ordem de Serviço será emitida pela Administração em até 5 (cinco) dias úteis após a divulgação do contrato no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), fixando a data de início da prestação dos serviços, observado o prazo mínimo de 5 (cinco) dias contados do seu envio. A execução será iniciada mediante a emissão de uma única Ordem de Serviço, desdobrando-se em campanhas e ações contínuas, organizadas em ciclos sucessivos, segundo as demandas das secretarias municipais.

5.2. A execução desdobrar-se-á em jobs — tarefas, peças ou entregas — vinculados à Ordem de Serviço, cada qual contendo briefing tático, escopo, prazos, responsáveis, referências e lista de verificação de qualidade e de acessibilidade, previamente aprovados pela Administração.

5.3. As aprovações observarão trilha formal, compreendendo a solicitação, a submissão de versão, a revisão, a aprovação ou o ajuste e, ao final, a arte-final ou a emissão do pedido de inserção, assegurando-se a rastreabilidade documental de cada etapa. O quantitativo de peças, de versões, de inserções e de campanhas será definido ao longo da vigência contratual, no plano executivo de comunicação aprovado pela Administração, segundo as demandas dos órgãos e secretarias municipais.

5.4. Observar-se-ão, como níveis de serviço de referência: versões iniciais das peças-chave, em até 5 (cinco) dias úteis após a aprovação do plano executivo de comunicação; ajustes simples, em até 2 (dois) dias úteis; ajustes complexos, tais como reedição ou recorte de material audiovisual, em até 4 (quatro) dias úteis; e publicações ou veiculações emergenciais de caráter institucional, em até 24 (vinte e quatro) horas, quando tecnicamente viável.

5.5. Em caso de reprovação motivada, a contratada refará a entrega sem ônus adicional, no prazo compatível com o cronograma, submetendo as versões a lista de revisão que contemple ortografia, direitos autorais, uso de marca e brasão, tonalidade, créditos e trilhas.

5.6. O desempenho das ações será aferido por indicadores adequados a cada meio, fixados no plano executivo de comunicação, compreendendo, entre outros: a audiência, no rádio e na televisão; a circulação e a tiragem, nos meios impressos; o alcance e os impactos, na mídia exterior; o alcance, a frequência, o engajamento e o tráfego

qualificado, nos meios digitais; a conformidade documental das comprovações; e o cumprimento dos prazos e dos níveis de serviço.

5.7. A contratada atuará por ordem e conta da Administração, na forma do art. 3º da Lei Federal nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares, e de veículos de divulgação, para a veiculação das mensagens publicitárias, supervisionando técnica e operacionalmente a execução e respondendo integralmente pela qualidade.

5.8. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pela Administração poderão fornecer à contratada bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares, na forma do art. 14, caput, da Lei Federal nº 12.232/2010.

5.9. O fornecimento de bens ou a prestação de serviços especializados exigirá sempre a apresentação, pela contratada à Administração, de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido e previamente cadastradas, na forma do art. 14, § 1º, da Lei Federal nº 12.232/2010, dos quais constarão a descrição do objeto, os valores unitário e total, o número de inscrição no CPF ou no CNPJ do proponente, os endereços físico e eletrônico, o telefone de contato, a data de emissão, o nome completo e a identificação do responsável e o prazo de validade do orçamento. Não sendo possível a obtenção de 3 (três) orçamentos, a contratada apresentará justificativa escrita, para prévia decisão da Administração.

5.10. Sempre que o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato, a contratada coletará os orçamentos dos fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob a fiscalização da Administração, na forma do art. 14, § 2º, da Lei Federal nº 12.232/2010.

5.11. Não se aplicará a dispensa do procedimento de envelopes fechados prevista no art. 14, § 3º, da Lei Federal nº 12.232/2010, por haver-se tornado materialmente inoperante: o dispositivo toma como parâmetro o limite da alínea "a" do inciso II do art. 23 da Lei Federal nº 8.666/1993, revogada pela Lei Federal nº 14.133/2021, inexistindo parâmetro legal que permita a sua operacionalização; prevalece, assim, o critério do § 2º do mesmo artigo.

5.12. É vedada, como salvaguarda da impessoalidade e da economicidade, a cotação prévia de preços junto a fornecedores em que um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um proponente em um mesmo procedimento de cotação, ou em que dirigente ou empregado da contratada detenha participação societária, vínculo comercial ou parentesco até o terceiro grau.

6) GESTÃO E FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

6.1. Para a gestão e fiscalização da execução contratual, nos termos dos arts. 117 e 118 da Lei Federal nº 14.133/2021, ficam indicados:

a) Gestor do contrato:
- Nome:Everton Rodrigues

- Cargo: Chefe de Gabinete

b) Fiscal Administrativo
- Nome: Dulcinéia de Freitas Carvalho Silva
- Matrícula: 3299
- Cargo: Chefe de Seção de Relacionamento com a Imprensa

6.2. A indicação acima será formalizada por ato próprio da autoridade competente, devendo os designados acompanhar a execução, atestar as medições, registrar ocorrências e adotar as demais providências necessárias ao adequado cumprimento do objeto contratual.
Com base nos estudos constantes do DFD e do Estudo Técnico Preliminar, a gestão e fiscalização da futura contratação obedecerão aos parâmetros aqui definidos pela Prefeitura de Caçapava, notadamente quanto à indicação do gestor e dos fiscais do contrato e às obrigações da contratada, conforme os pontos a seguir.

6.3 Obrigações da Contratada:

I) Executar os serviços diretamente, com recursos próprios, atuando de forma integrada e garantindo a prestação de serviços de alta qualidade.

II) Os serviços deverão ser executados por profissionais indicados na Proposta Técnica apresentada, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, sendo admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação prévia à Prefeitura de Caçapava.

III) Cumprir rigorosamente todos os prazos e demais especificações estabelecidas pela Prefeitura de Caçapava.

IV) A agência intermediará a contratação de veículos de comunicação e de fornecedores de serviços complementares por ordem e conta da Administração, observado o procedimento do art. 14, caput e §§ 1º e 2º, da Lei Federal nº 12.232/2010 e o disposto nos itens 5.7 a 5.12 da Seção 5 (Execução do Objeto) deste Termo de Referência.

V) Toda contratação de veículos de divulgação e fornecedores especializados deverá contar com autorização prévia e expressa da Prefeitura de Caçapava, sendo a agência responsável por atuar por conta e ordem da administração pública.

VI) A Prefeitura de Caçapava deverá ser devidamente identificada pela agência no ato de qualquer contratação de veículos de divulgação.

VII) Gerir, executar e fiscalizar os contratos firmados com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação, inclusive aqueles decorrentes de cotações realizadas pela Prefeitura de Caçapava, respondendo por eventuais danos ou prejuízos diretos e indiretos resultantes de sua atuação.

VIII) Qualquer alteração, rejeição, cancelamento ou interrupção de serviços contratados deverá ser comunicada de forma imediata e formal à Prefeitura de

Caçapava, cabendo à agência adotar providências para sanar eventuais pendências.

IX) A responsabilidade por falhas de fornecedores, veículos de divulgação ou da própria agência, que afetem a execução dos serviços contratados, implicará revisão das obrigações e dos pagamentos, conforme a extensão dos prejuízos ocasionados.

X) Supervisionar e orientar a produção, impressão e distribuição de peças gráficas conforme aprovação da Prefeitura de Caçapava, atestando sua conformidade com as especificações constantes nos documentos de autorização.

XI) Empenhar-se para obter as melhores condições comerciais nas negociações com fornecedores e veículos de comunicação.

XII) Pertencem à Prefeitura de Caçapava todas as vantagens obtidas em negociações com fornecedores e veículos de divulgação, incluindo descontos e bonificações em tempo, espaço ou reaplicações concedidas pelos veículos, ressalvados, quando cabíveis, os planos de incentivo de que trata o art. 18 da Lei nº 12.232/2010, observados os limites e condicionantes fixados na legislação.

XIII) A agência não poderá sobrepor planos de incentivo aos interesses da Prefeitura de Caçapava, devendo sempre basear suas escolhas em critérios técnicos e dados de mercado comprovados.

XIV) Nos casos de reaproveitamento de peças publicitárias da Prefeitura de Caçapava, a agência deverá negociar sempre as melhores condições de preço.

XV) Elaborar, sempre que solicitado pela Prefeitura de Caçapava, estudos e relatórios sobre práticas e investimentos em mídias.

XVI) Prestar esclarecimentos à Prefeitura de Caçapava sobre quaisquer fatos ou situações que possam comprometer a imagem da agência, independentemente de solicitação.

XVII) Assumir integralmente todos os tributos, taxas e encargos decorrentes da execução contratual, incluindo contribuições previdenciárias, encargos trabalhistas, seguros e demais obrigações legais necessárias ao cumprimento do contrato.

XVIII) Responder por recolhimentos indevidos ou por omissões totais ou parciais nos recolhimentos de tributos incidentes sobre os serviços contratados.

XIX) Sempre que solicitado pela Prefeitura de Caçapava, apresentar comprovação de adimplência com todas as obrigações trabalhistas, previdenciárias e fiscais vigentes.

XX) Disponibilizar fotógrafo profissional, vinculado à equipe da agência, devidamente habilitado e com equipamento próprio adequado, exclusivamente para a produção técnica de peças e campanhas publicitárias previamente autorizadas mediante Ordem de Serviço ou job aprovado, vedadas a cobertura jornalística, a assessoria de imprensa, a formação de arquivo geral e o acompanhamento ordinário de eventos, na forma do art. 2º, § 2º, da Lei Federal nº 12.232/2010.

XXI) Manter, durante a execução contratual, página eletrônica específica, aberta na rede mundial de computadores, com as informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e dos veículos de divulgação, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados e divulgando-se os valores pagos pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação, na forma do art. 16 da Lei Federal nº 12.232/2010.

XXII) Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas pelo prazo mínimo de 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, compondo o acervo os originais, os arquivos-fonte, os arquivos editáveis, os masters audiovisuais e os relatórios finais, na forma do art. 17 da Lei Federal nº 12.232/2010.

7) CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E PAGAMENTO

7.1 As medições para efeito do pagamento serão realizadas de acordo com os seguintes procedimentos:

7.1.1 Após a conferência dos quantitativos e valores apresentados, bem como da documentação exigida, a Fiscalização atestará a medição, comunicando a CONTRATADA, no prazo de 3 (três) dias contados do recebimento do relatório, o valor aprovado, e autorizará a emissão da correspondente fatura, a ser apresentada no primeiro dia subsequente à comunicação dos valores aprovados.

7.1.2 As Notas Fiscais/Faturas deverão ser emitidas pela CONTRATADA, contra o CONTRATANTE, e apresentadas para a Fiscalização. ¬ A Fiscalização emitirá o Atestado de Realização dos Serviços em até 3 (três) dias contados a partir do recebimento da(s) Nota(s) Fiscal(is)/Fatura(s). ¬ Os pagamentos serão efetuados em até 30 (trinta) dias contados da data de emissão dos Atestados de Realização dos Serviços, em conta-corrente da CONTRATADA, em conformidade com os serviços executados, mediante a apresentação dos originais da nota fiscal/fatura.

7.2 O recebimento provisório ou definitivo dos serviços não exime a CONTRATADA de sua responsabilidade civil pela solidez e pela segurança do serviço, nem a responsabilidade ético-profissional pela perfeita execução do contrato, nos limites estabelecidos pela lei ou pelo contrato.

7.3 O recebimento do objeto observará o disposto no art. 140, inciso I, da Lei Federal nº 14.133/2021, dando-se por parcelas mensais, em razão da natureza continuada dos serviços. O recebimento provisório de cada parcela da execução dar-se-á, pelo fiscal do contrato, na data do protocolo da nota fiscal e das demais documentações que a acompanharem, realizado o

protocolo por meio eletrônico, em formato PDF, no endereço eletrônico institucional indicado pela Administração para fins de faturamento.

7.4 A nota fiscal será acompanhada da documentação comprobatória da execução, observado, conforme a natureza da parcela: a) quanto aos serviços internos executados diretamente pela contratada, a referência aos valores da tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo (SINAPRO/SP), com a aplicação do desconto contratual; b) quanto à veiculação em veículos de divulgação que concedam o desconto-padrão de agência, a demonstração do valor devido ao veículo, a tabela de preços, a descrição dos descontos negociados, os pedidos de inserção, o relatório de checagem da veiculação a cargo de empresa independente, sempre que possível, ou os relatórios próprios do meio, e a nota fiscal do veículo, contendo em sua descrição o valor do desconto-padrão de agência devido à contratada; c) quanto à veiculação em plataformas digitais que não concedam o desconto-padrão de agência, os relatórios nativos das respectivas plataformas, contendo as métricas de entrega; e d) quanto à produção e à execução técnica das peças e dos projetos publicitários e aos demais bens e serviços especializados de terceiros, a solicitação de serviço emitida pela contratada em nome da Administração, as cotações realizadas na forma dos itens 5.9 a 5.12 da Seção 5 deste Termo e a nota fiscal do respectivo prestador ou fornecedor.

7.5 O recebimento definitivo de cada parcela da execução dar-se-á, pelo gestor do contrato, mediante termo detalhado que comprove o atendimento das exigências contratuais, em até 10 (dez) dias úteis após a data de emissão do termo de recebimento provisório.

7.6 O objeto do contrato poderá ser rejeitado, no todo ou em parte, quando estiver em desacordo com o contrato.

8) FORMA E CRITÉRIO DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR

8.1 As Propostas Técnicas deverão ser apresentadas em 03 (três) invólucros separados, conforme descrito abaixo:

8.1.1 Invólucro 1: Via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

8.1.1.1 Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não-Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado, fornecido previamente pela Prefeitura de Caçapava, sem nenhum tipo de identificação, retirado pelo licitante que o solicitar formalmente à unidade indicada no edital, devendo estar lacrado e sem rubrica, até sua abertura, conferindo assim o sigilo quanto à sua autoria, na forma do art. 9º, § 1º, da Lei Federal nº 12.232/2010.

8.1.1.2 O Invólucro nº 1 **não poderá**:

a) ter nenhuma identificação;

b) apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação do licitante;

c) estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação do licitante.

8.1.2 Invólucro 2: Via identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

8.1.2.1 O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 2 Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada Razão Social e CNPJ do licitante CONCORRÊNCIA PRESENCIAL nº 001/2026 – Prefeitura Municipal de Caçapava

8.1.2.2 O Invólucro nº 2 deverá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

8.1.2.3 A via identificada do Plano de Comunicação Publicitária terá o mesmo conteúdo da via não identificada, salvo quanto aos exemplos de peças referentes à ideia criativa, nos termos do art. 9º, § 2º, da Lei Federal nº 12.232/2010.

8.1.3 Invólucro 3: Informações adicionais, incluindo capacidade de atendimento, repertório e relatos de soluções para problemas de comunicação.

8.1.3.1 O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 3 Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação Razão Social e CNPJ do licitante CONCORRÊNCIA PRESENCIAL nº 001/2026 — Prefeitura Municipal de Caçapava

8.1.3.2 O Invólucro nº 3 deverá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

8.1.3.3 O Invólucro nº 3 **não poderá** ter informação, marca, sinal, etiqueta

ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não-Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

8.2 As propostas técnicas deverão estar estruturadas de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

8.2.1 Raciocínio básico: texto em que a Licitante demonstrará seu entendimento sobre as informações constantes no ANEXO I (Briefing) principalmente, sobre o problema de comunicação da Prefeitura de Caçapava;

8.2.2 Estratégia de Comunicação Publicitária, texto em que a Licitante:

8.2.2.1 Apresentará e defenderá o tema e o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução do problema específico de comunicação da Prefeitura de Caçapava;

8.2.2.2 Explicará e defenderá os principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida para a solução do problema específico de comunicação, especialmente sobre qual mensagem transmitir, a quem transmitir, como transmitir, e quais instrumentos, ferramentas e meios de divulgação a utilizar;

8.2.3 Ideia criativa: a Licitante desenvolverá campanha publicitária destinada a solucionar o problema específico de comunicação, observadas as seguintes disposições:

8.2.3.1 Apresentação da relação de todas as peças integrantes da campanha, incluída as eventuais reduções e variações de formato;

8.2.3.2 Apresentará exemplos de peças que corroborem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação. Os exemplos de peças:

a) Estão limitados a dez (10), sob pena de desclassificação, independente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça;
b) Podem ser apresentados sob a forma de roteiro, layout e story-board impressos, para quaisquer peças, e de "monstro", para rádio e Internet;
c) Só serão aceitos finalizados em caso de não mídia;
d) Apresentados como parte de um kit serão computados individualmente no limite de que se trata a alínea "a" do subitem 8.2.3.2

8.2.4 Estratégia de mídia e não mídia, constituída de:

8.2.4.1 Texto em que, de acordo com as informações do ANEXO I (Briefing), demonstrará a capacidade para atingir os públicos prioritários da Campanha (através da inclusão de tabelas e gráficos) e indicará o uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura.

8.2.4.2 Simulação do plano de distribuição de todas as peças de que trata o subitem 8.2.3.1, acompanhada de tabelas, gráficos, planilhas e textos com as explicitações das premissas adotadas e bases de cálculo;

a) Da simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos, o período de veiculação, os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos propostos, separadamente, sobre os meios de mídia e os de não mídia percentuais alocados à produção de cada peça, por tipo de mídia e de não mídia;

b) No caso de não mídia, no resumo geral, também deverão ser explicitadas as quantidades a serem produzidas de cada peça;

c) Na simulação de que trata o subitem 8.2.4.2

c.1) Os preços de mídia devem ser os de "tabela cheia" dos veículos;

c.2) Deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei Federal nº 4.680/65;

c.3) Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de terceiros;

8.2.5 Capacidade de atendimento: textos em que a Licitante apresentará:

8.2.5.1.1 Relação de clientes regulares, de âmbito nacional, estadual e/ou local, com indicação da data do período de atendimento, bem como os respectivos ramos de atividades, produtos e serviços a cargo da agência;

8.2.5.2 A quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo nome, formação e experiência) dos profissionais que serão colocados à disposição para execução do Contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento; criação; produção de rádio e TV; produção gráfica; mídia e atendimento;

8.2.5.3 As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do Contrato;

8.2.5.4 A sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pela Licitante, na execução do Contrato, incluídos os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peças que advierem da campanha e na elaboração do plano de mídia;

8.2.5.5 A discriminação das informações de marketing e de comunicação, das pesquisas de audiência, de leitura, de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Município de Caçapava, e sem ônus adicional, durante a execução do contrato;

8.2.6 Repertório: apresentação, sob forma de peças e respectivas fichas técnicas, de conjunto de trabalhos concebidos/veiculados pela LICITANTE,

acompanhados de indicação sucinta do problema que a peça se dispôs a resolver;

8.2.6.1 Poderão ser apresentadas até dez (10) peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica física, todas veiculadas ou expostas.

8.2.6.2 Cada peça deverá conter ficha técnica com identificação da Licitante, título, data de veiculação, período de veiculação/exposição e menção de, pelo menos, um veículo/meio de divulgação;

8.2.6.3 As peças NÃO podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pela Prefeitura de Caçapava;

8.2.7 Relato das soluções de problemas de comunicação: deverão ser apresentados até dois (2) "cases" veiculados ou expostos, com o visto/carimbo do cliente em, no máximo, duas (2) laudas cada, formato A4, tipologia Arial, tamanho 12, entrelinhamento simples, relatando soluções de problemas de comunicação formalmente referendados pelos respectivos anunciantes. Os relatos apresentados NÃO podem referir-se a soluções de problemas da Prefeitura de Caçapava

8.2.7.1 É permitida a inclusão de até cinco (5) peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada relato.

8.2.8 O plano de comunicação publicitária deverá ser redigido em língua portuguesa - salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente - com clareza, sem emendas ou rasuras, e ser elaborado, preferencialmente, da seguinte forma:

8.2.8.1 Em tamanho A4;

8.2.8.2 Com espaçamento de 2 (dois) cm nas margens laterais esquerda e direita e 2,5 cm nas margens superior e inferior;

8.2.8.3 Com margens superior e inferior iniciadas a partir da borda da folha;

8.2.8.4 Com texto entrelinhado "simples" entre as linhas;

8.2.8.5 Com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito de cada página;

8.2.8.6 Na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia e dos textos complementares, as licitantes poderão utilizar fontes tipográficas que julguem mais adequadas para a apresentação;

8.2.8.7 A licitante vencedora cederá à Prefeitura de Caçapava, de forma total, irrevogável e irrestrita, os direitos patrimoniais de uso, reprodução, adaptação, veiculação e distribuição das peças, dos conteúdos e dos materiais que vier a criar, produzir ou executar no âmbito do contrato, sem qualquer remuneração adicional além do valor contratado, respeitados os direitos morais do autor e incluída a possibilidade de reutilização, readequação ou reaproveitamento institucional dos materiais pela Administração, em quaisquer meios ou finalidades de interesse público; as licenças de imagens, músicas, fontes e

obras de terceiros incorporadas às peças observarão os prazos, os territórios e as modalidades de utilização contratados, cabendo à agência informá-los previamente à Administração, bem como os custos de eventual renovação de cachês e direitos conexos; as propostas apresentadas pelas demais licitantes não se transferem à Administração;

8.2.8.8 Vedado o uso de qualquer peça veiculada com ou sem modificações na vigência do Contrato.

8.3 Será exigida apresentação de Proposta da Preço contendo, preferencialmente, a Razão Social e o endereço completos da Licitante, seus números de telefone, bem como seu endereço eletrônico (e-mail), se houver, para fins de eventuais contatos, assim como dados e qualificação completa do representante legal pela celebração do Contrato (estado civil, profissão, número de cédula de identidade, com a identificação do respectivo órgão emissor, número do CPF, endereço completo de seu domicílio e o cargo por ele ocupado junto à empresa Licitante;

8.3.1 A Proposta de Preço deverá conter os percentuais a serem utilizados para pagamento de cada serviço quando da sua ocorrência, observado o modelo da proposta constante do ANEXO II (Modelo de Proposta de Preço);

8.3.2 A Proposta de Preço deverá consignar expressamente os percentuais propostos pela Licitante, que deverá suportar todos os custos e despesas, diretas e indiretas (inclusive tributos, encargos sociais e trabalhistas, contribuições para-fiscais), além de quaisquer outros necessários ao cumprimento integral do objeto desta Licitação, descrito nos ANEXOS I (Briefing) e apresentado conforme ANEXO II (Modelo de Proposta de Preços);

8.3.3 A Proposta de Preço deverá conter oferta firme e precisa, sem alternativa de percentuais ou quaisquer condições ou vantagens que induzam o julgamento;

8.3.4 O prazo de validade da proposta deverá ser de 60 (sessenta) dias, a contar da data de sua apresentação. Caso não conste o prazo na proposta, esta será considerada válida pelo referido período.

8.4 Da avaliação da Proposta Técnica – 70%

8.4.1 O julgamento da Proposta Técnica pela Subcomissão Técnica da presente Concorrência obedecerá aos seguintes atributos, em cada quesito ou subquesito:

8.4.1.1 Plano de comunicação publicitária:

a) Raciocínio básico: a acuidade de compreensão:

a.1) das características da Prefeitura de Caçapava e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;

a.2) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura de Caçapava com seu público;

a.3) do papel da Prefeitura de Caçapava no atual contexto social, político e econômico;

a.4) do problema específico de comunicação da Prefeitura de Caçapava.

b) Estratégia de comunicação publicitária:

b.1) a adequação do tema e do conceito proposto à natureza e à qualificação da Prefeitura de Caçapava, ao seu problema específico de comunicação;

b.2) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático, dos conceitos propostos e da estratégia de comunicação publicitária proposta;

b.3) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Prefeitura de Caçapava com seus públicos;

b.4) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para solução do problema específico de comunicação;

b.5) a capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas;

b.6) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a Prefeitura de Caçapava e sobre o problema específico de comunicação, os públicos, os objetivos da Prefeitura de Caçapava e a verba disponível.

c) Ideia criativa:

c. 1) sua adequação ao problema específico de comunicação da Prefeitura de Caçapava;

c.2) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

c.3) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;

c.4) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;

c.5) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;

c.6) sua pertinência às atividades da Prefeitura de Caçapava e à sua inserção na

de peças apresentados;

c.7) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos;

c.8) a exequibilidade das peças;

c.9) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

d) A estratégia de mídia e não-mídia: prioritários;

d.1) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público;

d.2) a capacidade analítica evidenciada no exame destes hábitos;

d.3) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas (2);

d.4) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da Prefeitura de Caçapava;

d.5) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de

distribuição das peças;

d.6) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

8.4.1.2. Capacidade de atendimento:

a) o tempo de experiência profissional em atividades publicitarias;

b) a adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária da Prefeitura de Caçapava, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros;

c) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que colocará à disposição da execução do Contrato, em caráter prioritário;

d) a operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura de Caçapava e a Licitante, esquematizada na proposta;

e) a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados 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 colocará regularmente à disposição da Prefeitura de Caçapava, sem ônus adicional, durante a vigência do Contrato.

8.4.1.3. Repertório:

a) a ideia criativa e sua pertinência;

b) a clareza da exposição;

c) a qualidade da execução e do acabamento.

8.4.1.4. Relatos de soluções de problemas de comunicação:

a) a concatenação lógica da exposição;

b) a evidência de planejamento publicitário;

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

d) a relevância dos resultados apresentados.

8.4.2. A nota da proposta técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir:

a) Plano de comunicação publicitária: até sessenta e cinco (65), sendo:

a.1.) Raciocínio básico: até quinze (15);

a.2.) Estratégia de comunicação publicitária: até quinze (15);

a.3) Ideia criativa: até vinte e cinco (25);

a.4) Estratégia de mídia e não-mídia: até dez (10);

b) Capacidade de atendimento: até dezoito (18);

c) Repertório: até doze (12);

d) Relatos de soluções de problemas de Comunicação: até cinco (05);

8.4.3. A nota do quesito corresponderá à média aritmética das notas de cada membro da Subcomissão Técnica;

8.4.4. A nota de cada Licitante corresponderá à soma das notas dos quesitos;

8.4.5. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações;

8.4.6. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito. os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontua atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor este processo da licitação;

8.4.7. Será desclassificada a Proposta Técnica que:

8.4.7.1. Não atender às exigências do Edital e seus Anexos;

8.4.7.2. Não alcançar, no total, a nota mínima de oitenta (80) pontos;

8.4.7.3. Obtiver nota zero (0) em quaisquer quesitos ou subquesitos;

8.4.8. O julgamento da proposta técnica será efetuado pela Subcomissão Técnica, o qual constará de ata de julgamento do plano de comunicação publicitária, com seu posterior encaminhamento à Comissão de Contratação, junto às propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

8.4.9. Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições deste instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que fica acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes do momento fixado.

8.4.10. Todas as Propostas Técnicas que atingirem as pontuações mínimas exigidas e não forem desclassificadas prosseguirão para a fase de abertura e julgamento das Propostas de Preço, por se tratar de julgamento por técnica e preço, na forma do art. 36 da Lei Federal nº 14.133/2021 e dos arts. 4º e 5º da Lei Federal nº 12.232/2010, vedada a limitação do número de licitantes classificadas;

8.4.11. Eventual empate na pontuação das Propostas Técnicas não impedirá o prosseguimento das licitantes classificadas, resolvendo-se o empate porventura verificado na classificação final na forma do item 8.6.4 deste Termo;

8.4.12. O resultado do julgamento das propostas técnicas será publicado na imprensa oficial, bem como será disponibilizado via internet no sítio oficial do município www.cacapava.sp.gov.br;

8.5 Da Proposta de Preço – 30%

8.5.1 As propostas de preços das licitantes classificadas na fase técnica serão analisadas pela Comissão de Contratação quanto à conformidade com as condições e limites estabelecidos neste Edital e seus Anexos, especialmente no que se refere às bandas de remuneração e descontos parametrizadas conforme a REMUAG/SECOM e referências de mercado.

8.5.2. O julgamento da Proposta de Preço será realizado mediante a aplicação das tabelas de pontuação constantes do item 8.5.3, que asseguram o julgamento objetivo e a isonomia entre as proponentes, conforme art. 36 da Lei 14.133/2021. A pontuação máxima da Proposta de Preço é de 100 (cem) pontos.

8.5.3 Para atribuição da pontuação será usada a tabela com os indicadores seguintes, com pontuação total de 100 pontos, observando o seguinte:

8.5.3.1 Será aplicada a seguinte pontuação sobre o percentual de descontos a ser concedido à Prefeitura Municipal de Caçapava, sobre seus custos internos para confecção da tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo:

PERCENTUAL DE DESCONTO SOBRE A TABELA	PONTOS
0%	0
5%	05
10%	10
15%	15
20%	20
25%	25
30%	30
35%	35
40%	40
45%	45
50%	50

8.5.3.2 Será aplicada a seguinte pontuação sobre percentual de repasse da parcela negociável do desconto-padrão de agência advindos de negociação, assim como das bonificações por volume, oferecidas pelos veículos de divulgação:

PERCENTUAL DE DESCONTOS DE COMISSÃO	PONTOS
15%	0
14%	8
13%	16

12%	24
11%	32
10%	40

8.5.3.3 Será aplicada a seguinte pontuação sobre percentual de comissão sobre os honorários de serviços realizados por terceiros, referentes à produção de peças, acompanhamento e materiais:

PERCENTUAL DE DESCONTOS	PONTOS
20% (0% de repasse)	0
19% (1% de repasse)	05
18% (2% de repasse)	10

8.5.4. Os percentuais de desconto e os fees ofertados deverão respeitar as faixas de referência de mercado fundamentadas na REMUAG/SECOM e em contratos públicos de natureza similar, observando-se especialmente as bandas de vantajosidade indicadas para:
a) Desconto sobre a Tabela de Serviços Internos (SINAPRO/SP ou equivalente);
b) Percentual de repasse do desconto de agência (comissão de veiculação e bonificações);
c) Honorários aplicados sobre serviços externos e produção de peças terceirizadas

8.5.4.1. A atribuição de pontuação seguirá a tabela de avaliação da Proposta de Preço constante deste edital. A apresentação de percentuais superiores ao teto ou inferiores ao piso estabelecido para cada quesito implicará a atribuição de pontuação zero naquele item.

8.5.5. É vedada a apresentação de percentuais ou valores simbólicos, inexequíveis, artificialmente reduzidos ou incompatíveis com a execução contratual, nos termos do art. 59 da Lei nº 14.133/2021. A Comissão de Contratação poderá solicitar comprovação de exequibilidade sempre que necessário, sob pena de desclassificação.

8.5.6. Pertencem à Administração as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, diretamente ou por intermédio da agência, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações concedidos pelo veículo de divulgação, na forma do art. 15, parágrafo único, da Lei nº 12.232/2010. A concessão de planos de incentivo por veículo de divulgação e a sua aceitação pela contratada são facultativas, constituindo os frutos deles resultantes receita própria da agência, que não se compreende na obrigação anterior e não altera a equação econômico-financeira da contratação, na forma do art. 18, caput e § 1º, da Lei nº 12.232/2010. É vedado à contratada sobrepor os planos de incentivo aos interesses da Administração, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo conduzir-se na escolha dos veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados, na forma do art. 18, § 2º, da Lei nº

12.232/2010, sujeitando-se o desrespeito a essa vedação às sanções previstas no art. 156 da Lei nº 14.133/2021.

8.5.7. O faturamento relativo à compra de mídia deverá ocorrer sempre pelo valor líquido, já deduzidos todos os descontos, abatimentos e bonificações efetivamente concedidos pelos veículos de comunicação, mediante comprovação documental idônea, incluindo planilha de veiculação e declaração formal do veículo.

8.6. DA CLASSIFICAÇÃO FINAL - TÉCNICA E PREÇO

8.6.1. A classificação final das licitantes será obtida pela média ponderada das notas da Proposta Técnica (NPT) e da Proposta de Preço (NPP), conforme determinado nos arts. 4º e 5º da Lei nº 12.232/2010 e art. 36 da Lei nº 14.133/2021.

8.6.2. A Nota Final (NF) será calculada pela seguinte fórmula:

$$NF = (0{,}70 \times NPT) + (0{,}30 \times NPP)$$

Onde:
- NF = Nota Final da licitante;
- NPT = Nota da Proposta Técnica
- NPP = Nota da Proposta de Preço

8.6.3. As licitantes serão classificadas em ordem decrescente de NF, sendo declarada vencedora aquela que obtiver a maior Nota Final.

8.6.4. Em caso de empate na Nota Final, o desempate observará, sucessivamente:

I – o empate ficto em favor das microempresas e empresas de pequeno porte, na forma dos arts. 44 e 45 da Lei Complementar nº 123/2006;

II – os critérios do art. 60 da Lei Federal nº 14.133/2021, na ordem legal: disputa final, com apresentação de nova proposta pelas licitantes empatadas; avaliação do desempenho contratual prévio; desenvolvimento, pela licitante, de ações de equidade entre homens e mulheres no ambiente de trabalho; e desenvolvimento, pela licitante, de programa de integridade;

III – persistindo o empate, os critérios de preferência do art. 60, § 1º, da Lei Federal nº 14.133/2021;

IV – exauridos os critérios anteriores, sorteio em ato público, com registro em ata.

8.7 Cada licitante deverá enviar:

8.7.1 Proposta Técnica, contendo todas as informações e documentos solicitados.

8.7.2 Proposta de Preço, com detalhamento completo de valores, percentuais, fees e descontos, conforme modelo disponibilizado no ANEXO 2 – Proposta de Preço;

9) DA PARTICIPAÇÃO DE EMPRESAS SOB A FORMA DE CONSÓRCIO

Não será permitida a participação de consórcios na licitação, haja vista que, pela realidade observada no mercado, não se verificam elementos fundamentais que justifiquem a necessidade destas coligações, principalmente quanto ao risco de se prejudicar competitividade. De fato, existe um grande número de agências com capacidades técnica e econômico-financeira suficientes para atender as exigências da contratação. É comum que cada agência se estruture de forma a atender integralmente as exigências técnicas dos serviços de publicidade e propaganda exigidas pela Lei nº 12.232/10, não sendo, portanto, necessário se consorciar para obtenção de estrutura física e/ou profissional mínimas para participar do certame.

10) ESTIMATIVA DE PREÇOS

Valor estimado da contratação é de R$ 1.139.333,33 (um milhão, cento e trinta e nove mil, trezentos e trinta e três reais e trinta e três centavos.)

11) ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

11.1 As despesas decorrentes deste certame correrão no presente exercício à conta da dotação orçamentária a seguir indicada:

Despesa	Natureza da Despesa	Programa de Trabalho (funcional)	Fonte (nº e título)	Código de Aplicação
773	3.3.90.39	04.131.7004	01 - Tesouro	110-0000
772	3.3.90.39	04.131.7004	01 - Tesouro	110-0000
2645	3.3.90.39	08.131.4015	01 - Tesouro	510-0000
2648	3.3.90.39	08.131.4015	05 - Federal	500-0031
5034	3.3.90.39	08.131.4015	05 - Federal	500-0033
3015	3.3.90.39	08.131.4015	05 - Federal	500-0042
4622	3.3.90.39	10.131.1004	05 - Federal	303-0019
1770	3.3.90.39	10.131.1009	01 - Tesouro	305-0000
4718	3.3.90.39	15.122.8001	03 - Fundos	400-0002
5795	3.3.90.39	10.131.1004	01 - Tesouro	303-0000
6190	3.3.90.39	10.131.1004	08 – Emenda Impositiva	303-0046
5804	3.3.90.39	10.131.1012	01 - Tesouro	302-0069

5805	3.3.90.39	10.131.1012	05 - Federal	302-0070

Caçapava, 08 de julho de 2026

Thais Fernanda Barbosa Leite
Chefe de Divisão de Comunicação

Everton Rodrigues
Chefe de Gabinete

PROCESSO ADMINISTRATIVO N.º 4361/2026
CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º 001/2026
ANEXO VII – MINUTA DO CONTRATO

CONTRATO ADMINISTRATIVO Nº _____/_____
QUE ENTRE SI CELEBRAM O MUNICÍPIO, POR INTERMÉDIO DO (A) _____
E A EMPRESA _____,PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE....., EM CONFORMIDADE COM A LEI Nº 14.133, DE 1º DE ABRIL DE 2021.

Aos ___ dias do mês de ____ do ano de dois mil e _____, na Sede da Prefeitura, situada na _____, _____/SP, presentes, de um lado, A **PREFEITURA MUNICIPAL DE CAÇAPAVA**, por intermédio da ..... (órgão contratante), com sede no(a) (endereço da secretaria)....., na cidade de Caçapava /Estado de SP inscrito(a) no CNPJ sob o nº 45.189.305/0001-21, neste ato representada pelo Prefeito Municipal, Sr. YAN LOPES DE ALMEIDA, nomeado pela ATA DA SESSÃO SOLENE DE POSSE DO PREFEITO, VICE-PREFEITA E VEREADORES REALIZADA NO DIA 1° DE JANEIRO DE 2025, portador da Matrícula Funcional _____, doravante denominado **CONTRATANTE**, e, de outro lado, e o(a) . (nome da empresa contratada)....., inscrito(a) no CNPJ/MF sob o nº ....., sediado(a) na (endereço principal da empresa)....., doravante designada **CONTRATADA**, na qualidade de adjudicatária na Concorrência Presencial nº 001/2026, processo administrativo nº 4361/2026 cujo inteiro teor a CONTRATADA declara expressamente, nesta avença, conhecer e aceitar, e ao qual se vinculam as partes, firmam o presente contrato, em observância às disposições da Lei Federal n° 12.232/10, com complemento da Lei nº 14.133/2021, Lei nº 4.680/65 e Decreto Federal n° 57.690/66; da Lei Complementar Federal 123/06 em suas redações atuais; supletivamente aos princípios da teoria geral dos contratos e as disposições de direito privado e, mediante as cláusulas e condições a seguir enunciadas.

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO.

1.1 - O presente contrato tem por objeto a prestação de serviço de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda para execução e veiculação de material de divulgação institucional desta municipalidade, por um período de 12 (doze) meses.

1.2 - Consideram-se integrantes do presente contrato, como se nele estivessem transcritos, os documentos a seguir relacionados, os quais, neste ato, as partes declaram conhecer e aceitar:

1.2.1 - O instrumento convocatório do certame licitatório acima indicado e seus anexos, a respectiva proposta de preços, elaborada e apresentada pela CONTRATADA, datada de ___/___/___, bem como os novos preços e condições definidos por lances e eventuais negociações conforme consignados na ata que registrou aqueles lances e negociações.

CLÁUSULA SEGUNDA – DA VIGÊNCIA.

2.1 - Este contrato vigorará desde sua assinatura e por todo o período de execução do objeto, até sua aceitação e respectivo pagamento, nos termos do artigo 111 da Lei Federal 14.133/21, em sua redação atual.

CLÁUSULA TERCEIRA - DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA.

3.1 - As despesas decorrentes deste contrato correrão no presente exercício à conta da dotação orçamentária a seguir indicada:

.....

CLÁUSULA QUARTA - DO VALOR, DOS RECURSOS E DO PAGAMENTO.

4.1 - O valor total do presente contrato é de R$ ..... (.....), por conta da dotação orçamentária constante no item 3.1 supra para atender às despesas inerentes a este contrato, durante o corrente exercício.

4.2 - O pagamento será realizado em até 30 (trinta) dias úteis, nos termos do item 5.4.2 deste contrato.

4.3 - Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada conforme disposto nesta cláusula:

4.3.1 - Honorários incidentes sobre os custos comprovados, realizados com a efetiva intermediação deste empresa, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição proporcione o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação: .....% (..... por cento).

4.3.2 - Desconto de .....% (..... por cento) sobre os custos referenciais da Tabela de Custos Referenciais da Tabela Referencial de Custos e Serviços Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo.

4.3.3 - Honorários de .....% (..... por cento) sobre serviços externos de terceiros, com a intermediação e sob supervisão da agência.

4.4 - Para fins de pagamento, na periodicidade avençada, a CONTRATADA formulará requerimento à CONTRATANTE, dando conta da parcela mensal executada, atendendo aos itens 5.4 infra e seus subitens, solicitando que seja comprovada a execução, e uma vez atestada pela fiscalização da CONTRATANTE, junto a entrega completa dos documentos constantes no item 6.9 deste contrato pela CONTRATADA, iniciar-se-á o prazo para emissão da Nota Fiscal e para pagamento da parcela correspondente, não cabendo qualquer reajuste financeiro.

4.5 - O pagamento será realizado através de ordem bancária, para crédito em banco, agência e conta corrente indicados pelo contratado.

4.6 - Havendo erro na apresentação da Nota Fiscal ou dos documentos pertinentes à contratação, o prazo para pagamento ficará sobrestado até que a Contratada regularize o erro.

4.7 - A CONTRATANTE reterá, quando for o caso, dos pagamentos a serem efetuados à CONTRATADA, percentual equivalente a 11% (onze por cento) do valor bruto dos serviços realizados e constantes da Nota Fiscal/Fatura ou Recibo de Prestação de Serviços, nos termos da Lei Federal 9711/98 e Instrução Normativa SRP 3/2008, alterada pela IN RFB 971/2009 publicada em 17/11/09.

4.8 - O pagamento de parcelas com eventual atraso será corrigido pela variação do INPC – Índice Nacional de Preços ao Consumidor, 'pro rata tempore'.

CLÁUSULA QUINTA - DOS PRAZOS DE EXECUÇÃO E DO RECEBIMENTO DOS SERVIÇOS.

5.1 – O início da execução do objeto ocorrerá a partir da data **de recebimento da ordem de serviço**, observando o que dispõe o Termo de Referência, e o prazo de execução será por um período de .... (.....) meses. Eventuais pedidos de prorrogação deverão ser protocolados, antes do vencimento dos prazos, devidamente justificados pela CONTRATADA, para serem submetidos à apreciação da unidade gestora, à qual será a responsável e competente para analisar, avaliar e decidir fundamentadamente sobre o acolhimento ou não dos argumentos apresentados pela CONTRATADA.

5.1.1 - Os pedidos de prorrogações deverão estar acompanhados de documentos que comprovem que a impossibilidade de cumprimento do prazo estabelecido se deu por:

a) Superveniência de fato excepcional ou imprevisível, estranho à vontade das partes, que altere fundamentalmente as condições de execução previstas na Autorização de Fornecimento;

b) Impedimento de execução do prazo por fato ou ato de terceiro contemporâneo à sua ocorrência.

5.1.2 - Na análise da documentação apresentada, poderá o órgão gestor solicitar novos documentos, se necessário, e/ou diligenciar junto à sites ou outros meios.

5.1.3 - Pedidos de prorrogação de prazo apresentados após o vencimento do prazo ou que não estiverem acompanhados de documentos solicitados acima serão indeferidos de plano.

5.1.4 - A apresentação de um pedido de prorrogação do prazo, por si só, não suspende nem interrompe a contagem do prazo de entrega.

5.2 – Os serviços objeto deste contrato deverão ser prestados conforme disposto no item 5 do Termo de referência.

5.3 - As medições para efeito do pagamento serão realizadas de acordo com os seguintes procedimentos:

5.4 - Após a conferência dos quantitativos e valores apresentados, bem como da documentação exigida no item 4.3, a Fiscalização atestará a medição, comunicando a CONTRATADA, no prazo de 3 (três) dias contados do recebimento do relatório, o valor aprovado, e autorizará a emissão da correspondente fatura, a ser apresentada no primeiro dia subsequente à comunicação dos valores aprovados;

5.4.1 - As Notas Fiscais/Faturas deverão ser emitidas pela CONTRATADA, contra o CONTRATANTE, e apresentadas para a Fiscalização.

5.4.2 - A Fiscalização emitirá o Atestado de Realização dos Serviços em até 3 (três) dias contados a partir do recebimento da(s) Nota(s) Fiscal(is)/Fatura(s).

5.4.3- Os pagamentos serão efetuados em até 30 (trinta) dias contados da data de emissão dos Atestados de Realização dos Serviços, em conta corrente da CONTRATADA, em conformidade com os serviços executados, mediante a apresentação dos originais da nota fiscal/fatura.

5.5 – O recebimento provisório ou definitivo dos serviços não exime a CONTRATADA de sua responsabilidade civil pela solidez e pela segurança do serviço, nem a responsabilidade ético-profissional pela perfeita execução do contrato, nos limites estabelecidos pela lei ou pelo contrato.

5.5.1 – O prazo para recebimento provisório será de até 15 (quinze) dias corridos, contados da comunicação escrita pela CONTRATADA, mediante termo circunstanciado assinado pelas partes, na forma expressa pela alínea ‘a’, inciso I, artigo 140, da lei Federal 14.133/21.

5.5.2 - O recebimento definitivo de cada parcela da execução dar-se-á, pelo gestor do contrato, mediante termo detalhado que comprove o atendimento das exigências contratuais, em até 10 (dez) dias úteis após a data de emissão do termo de recebimento provisório, que comprove a adequação do objeto às condições contratuais, na forma expressa na alínea ‘b’, da legislação supra.

5.5.3 - O objeto do contrato poderá ser rejeitado, no todo ou em parte, quando estiver em desacordo com o contrato.

5.5.4 - Se os serviços se apresentarem com defeitos, vícios de execução ou elaboração, será lavrado laudo de vistoria que relacionará as falhas encontradas, dando-se

ciência oficial dos mesmos à CONTRATADA, para que proceda às correções apontadas, passando o prazo de observação a fluir novamente, até nova comunicação.

CLÁUSULA SEXTA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA.

6.1 - Executar o objeto deste contrato nas condições previstas no instrumento convocatório, seus anexos, na respectiva proposta, seus anexos e valores definidos por lances e negociação, observando as orientações recebidas da CONTRATANTE, permitindo o acompanhamento e fiscalização da mesma.

6.2 - Ficar responsável pelas despesas de locomoção, hospedagem e alimentação de seus prepostos, se e quando necessárias.

6.3 - Manter, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas no respectivo procedimento licitatório.

6.4 - Responsabilizar-se por todos os encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, da infortunística do trabalho, fiscais, comerciais, médicos e dos decorrentes de controle médico de saúde ocupacional de seus funcionários e empregados utilizados para a consecução do objeto desta avença e outros resultantes da execução deste contrato, obrigando-se a saldá-los na época própria. A inadimplência da CONTRATADA, com referência a estes encargos, não transfere à CONTRATANTE a responsabilidade de seu pagamento, nem poderá onerar o objeto do contrato; da mesma forma que a CONTRATANTE está isenta de qualquer vínculo empregatício com funcionários, ou prepostos, da CONTRATADA.

6.5 - Responder pelos danos de qualquer natureza, que venham a sofrer seus empregados, terceiros, ou a CONTRATANTE, em razão de acidentes ou de ação, ou omissão, dolosa ou culposa, de prepostos da CONTRATADA ou de quem em seu nome agir, não excluindo ou reduzindo essa responsabilidade a fiscalização e acompanhamento efetuados pela CONTRATANTE.

6.6 - Manter durante a prestação de serviços, equipamentos de proteção individual “EPI’s”, necessário à segurança dos trabalhadores, quando for o caso.

6.7 - Vedar, participar da execução de contrato, direta ou indiretamente, pessoa física ou jurídica, que estejam enquadradas nos termos do artigo 14 da Lei 14.133/21.

6.8 - Utilizar empregados habilitados e com conhecimentos básicos dos serviços a serem executados, em conformidade com as normas e determinações em vigor;

6.9 - Fazer prova da regularidade para com a Fazenda Federal (certidão conjunta negativa de débitos relativos a tributos federais, regularidade social e a dívida ativa da União), Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), bem como perante o FGTS - Fundo de Garantia por Tempo de Serviço. As certidões deverão estar, em vigor na data da emissão da Nota Fiscal e deverão ser juntadas a cada Nota Fiscal emitido e apresentado à CONTRATANTE.

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

6.10.1 - Na hipótese de qualquer Reclamação Trabalhista, intentada contra a CONTRATANTE, por empregados da CONTRATADA ou de eventuais subcontratantes estes deverão comparecer espontaneamente em juízo reconhecendo sua verdadeira condição de empregador e substituir a CONTRATANTE no processo, até final do julgamento, respondendo pelos ônus diretos e indiretos de eventual condenação.

6.10.2 - O CONTRATANTE não reconhecerá qualquer vínculo ou relação jurídica com eventuais subcontratados. Qualquer contrato porventura necessário, de natureza técnica, administrativa, financeira ou jurídica que decorra dos serviços prestados, será mantido exclusivamente com a CONTRATADA.

6.11 - Pagar o piso salarial, fixado pela convenção coletiva das categorias profissionais empregados na execução do objeto do presente contrato respeitando o princípio da isonomia salarial.

6.12 - Comunicar ao Fiscal do contrato, imediatamente, qualquer ocorrência anormal ou acidente que se verifique no local dos serviços, formalizando por e-mail em até 24 (vinte e quatro) horas.

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

6.14 - Paralisar, por determinação da CONTRATANTE, qualquer atividade que não esteja sendo executada de acordo com a boa técnica ou que ponha em risco a segurança de pessoas ou bens de terceiros.

6.15 - Promover a guarda, manutenção e vigilância de materiais, ferramentas, e tudo o que for necessário à execução dos serviços, durante a vigência do contrato.

6.16 - Promover a organização técnica e administrativa dos serviços, de modo a conduzi-los eficaz e eficientemente, de acordo com os documentos e especificações que integram este contrato e termo de referência, no prazo determinado.

6.17 - Conduzir os trabalhos com estrita observância às normas da legislação pertinente, cumprindo as determinações dos Poderes Públicos, mantendo sempre limpo o local dos serviços e nas melhores condições de segurança, higiene e disciplina.

6.18 - Submeter previamente, por escrito, à CONTRATANTE, para análise e aprovação, quaisquer mudanças nos métodos executivos que fujam às especificações do termo de referência.

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

6.20 - Cumprir, durante todo o período de execução do contrato, a reserva de cargos prevista em lei para pessoa com deficiência ou para reabilitado da Previdência Social ou para aprendiz, bem como as reservas de cargos previstas em outras normas específicas.

6.20.1 – A CONTRATADA, sempre que solicitado pela CONTRATANTE, deverá apresentar comprovante de cumprimento da reserva de cargos a que se refere o item supra, com a indicação dos empregados que preencherem as referidas vagas.

6.21 - Guardar sigilo sobre todas as informações obtidas em decorrência do cumprimento do contrato.

6.22 - Arcar com o ônus decorrente de eventual equívoco no dimensionamento dos quantitativos de sua proposta, inclusive quanto aos custos variáveis decorrentes de fatores

futuros e incertos, tais como os valores providos com o quantitativo de vale transporte, devendo complementá-los, caso o previsto inicialmente em sua proposta não seja satisfatório para o atendimento do objeto da licitação, exceto quando ocorrer alteração, conforme prevista no art. 130 da lei 14.133/21.

6.23 - Cumprir, além dos postulados legais vigentes de âmbito federal, estadual ou municipal, as normas de segurança da Contratante.

6.24 - Prestar os serviços dentro dos parâmetros e rotinas estabelecidos, fornecendo todos os materiais, equipamentos e utensílios em quantidade, qualidade e tecnologia adequadas, com a observância às recomendações aceitas pela boa técnica, normas e legislação.

6.25 - **Designar preposto** para representá-la durante a execução deste contrato.

6.26 - Comparecer, sempre que convocada, ao local designado pela Fiscalização, por meio do preposto designado, para exame e esclarecimentos de quaisquer problemas relacionados aos serviços contratados, no prazo máximo de 24 (vinte e quatro) horas após a convocação. Caso não seja possível o cumprimento do prazo estipulado, devido a questões de logística, deverá ser apresentada uma justificativa e o preposto deverá comparecer no menor prazo possível perante a CONTRATANTE.

6.27 – Informar e manter atualizado e acompanhar o e-mail indicado para canal oficial de comunicação, informando sempre que houver impossibilidade de acompanhamento, e indicando novo e-mail para substituição, caso seja necessário.

CLÁUSULA SÉTIMA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE.

7.1 - Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pela CONTRATADA, de acordo com as cláusulas contratuais e os termos de sua proposta.

7.2 – Exercer o acompanhamento e a fiscalização dos serviços, por servidores especialmente designados, anotando em registro próprio as falhas detectadas, indicando dia, mês e ano, bem como o nome dos empregados eventualmente envolvidos, e encaminhando os apontamentos à autoridade competente para as providências cabíveis.

7.3 - Notificar a CONTRATADA por escrito da ocorrência de eventuais imperfeições, falhas ou irregularidades constatadas no curso da execução dos serviços, fixando prazo para a sua correção, certificando-se que as soluções por ela propostas sejam as mais adequadas.

7.4 - Pagar à CONTRATADA o valor resultante da prestação do serviço, no prazo e condições estabelecidas no Termo de Referência.

7.5 - Não praticar atos de ingerência na administração da CONTRATADA, tais como:

7.5.1 - Exercer o poder de mando sobre os empregados da CONTRATADA, devendo reportar-se somente aos prepostos ou responsáveis por ela indicados, exceto quando o objeto da contratação previr o atendimento direto, tais como nos serviços de recepção e apoio ao usuário;

7.5.2 - Direcionar a contratação de pessoas para trabalhar na empresa Contratada;

7.5.3 - Promover ou aceitar o desvio de funções dos trabalhadores da CONTRATADA, mediante a utilização destes em atividades distintas daquelas previstas no objeto da contratação e em relação à função específica para a qual o trabalhador foi contratado; e

7.5.4 - Considerar os trabalhadores da CONTRATADA como colaboradores eventuais do próprio órgão ou entidade responsável pela contratação, especialmente para efeito de concessão de diárias e passagens.

7.6 - Fornecer por escrito as informações necessárias para o desenvolvimento dos serviços objeto do contrato.

7.7 - Realizar avaliações periódicas da qualidade dos serviços, após seu recebimento.

7.8 - Assegurar que o ambiente de trabalho, inclusive seus equipamentos e instalações, apresentem condições adequadas ao cumprimento, pela CONTRATADA, das normas de segurança e saúde no trabalho, quando o serviço for executado em suas dependências, ou em local por ela designado.

CLÁUSULA OITAVA – DO REAJUSTE.

8.1 - Somente ocorrerá reajustamento do Contrato decorrido o prazo de _____ (_____) meses contados da data do orçamento estimado, observada a Lei Federal nº 10.192, de 14 de fevereiro de 2001. Após este período, dentro do prazo de vigência do contrato e mediante solicitação da CONTRATADA, os preços contratados poderão sofrer reajuste pela variação do IPC-FIPE, com data-base vinculada à data do orçamento estimado, ou por índice oficial que vier a substituí-lo.

8.1.1 - A decisão sobre o pedido de reajuste deve ser feita no prazo de 30 (trinta) dias, contados a partir da solicitação, nos termos do item supra.

8.2 - O reajuste será calculado em conformidade com a legislação vigente, e de acordo com a seguinte fórmula:

$$R = \mathrm{Po} \times \left[\left(\frac{\mathrm{IPC}}{\mathrm{IPCo}} \right) - 1 \right]$$

Onde:

R = parcela de reajuste;

Po = preço inicial do contrato no mês de referência dos preços ou preço do contrato no mês de aplicação do último reajuste;

IPC/IPCo= variação do IPC/FIPE - Índice de Preço ao Consumidor, ocorrida entre o mês de referência de preços, ou o mês do último reajuste aplicado, e o mês de aplicação do reajuste.

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

8.4 - No caso de atraso ou não divulgação do índice de reajustamento, o CONTRATANTE pagará à CONTRATADA a importância calculada pela última variação conhecida, liquidando a diferença correspondente tão logo seja divulgado o índice definitivo. Fica a CONTRATADA obrigada a apresentar memória de cálculo referente ao reajustamento de preços do valor remanescente, sempre que este ocorrer.

8.5 – Os reajustes serão formalizados por meio de apostilamento, exceto quando coincidirem com a prorrogação contratual, caso em que deverão ser formalizadas por aditamento ao contrato.

8.6 - Independentemente do requerimento de reajuste, a CONTRATANTE verificará, a cada anualidade, se houve deflação do índice adotado que justifique o recálculo dos custos em valor menor, promovendo, em caso positivo, a redução dos valores.

CLÁUSULA NONA - DA EXTINÇÃO DO CONTRATO E DAS SANÇÕES.

9.1 - Constituirão motivos para extinção do contrato, assegurados o contraditório e a ampla defesa, as situações previstas no artigo 137 da Lei 14.133/21.

9.2 - A extinção do contrato, observando o disposto nos artigos 138 e 139 da Lei 14.133/21, poderá ser:

I - Determinada por ato unilateral e escrito da Administração, exceto no caso de descumprimento decorrente de sua própria conduta;

II - Consensual, por acordo entre as partes, por conciliação, por mediação ou por comitê de resolução de disputas, desde que haja interesse da Administração;

III - Determinada por decisão arbitral, em decorrência de cláusula compromissória ou compromisso arbitral, ou por decisão judicial.

9.3 – A CONTRATANTE terá a opção de extinguir o contrato, sem ônus, quando não dispuser de créditos orçamentários para sua continuidade ou quando entender que o contrato não mais lhe oferece vantagem.

9.4 - A CONTRATADA se sujeita às sanções previstas nos artigos 156 da Lei Federal 14.133/21, nos termos previstos no instrumento Editalício.

9.5 - A aplicação de uma das sanções não implica a exclusão de outras previstas na legislação vigente.

9.6 - O pagamento de multas não exime a CONTRATADA da reparação de eventuais danos, perdas ou prejuízos que seu ato punível venha a acarretar à CONTRATANTE.

9.7 - As multas deverão ser recolhidas no prazo de 10 (dez) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada por esta Administração.

9.7.1 – Os valores relacionados à multas poderão ser deduzidos, até seu valor total, de quaisquer pagamentos devidos à CONTRATADA, mesmo que referentes a outras avenças, ou deduzidas de eventual garantia de contrato. Poderão, alternativamente, ser inscritas em Dívida Ativa para cobrança executiva ou cobradas judicialmente.

9.8 - As decisões relacionadas a multas, penalidades e advertências, bem como as notificações dessas decisões, serão publicadas em Diário Oficial do Município e encaminhadas via correios para as empresas sancionadas, garantindo o direito de ampla defesa, a contar da confirmação de recebimento da decisão.

CLÁUSULA DÉCIMA - DOS DIREITOS E DAS RESPONSABILIDADES DAS PARTES, E DAS TOLERÂNCIAS.

10.1 - Os direitos e as responsabilidades das partes são os que decorrem das cláusulas desta avença e do regime de direito público a que a mesma está submetida, na forma da legislação de regência.

10.2 - Se uma das partes, em benefício da outra, ainda que por omissão, permitir a inobservância, no todo ou em parte, de cláusulas e condições do presente contrato, seus anexos e termos aditivos, tal fato não poderá liberar, desonerar, alterar ou prejudicar essas cláusulas e condições, as quais permanecerão inalteradas, como se nenhuma tolerância houvesse ocorrido.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DA FISCALIZAÇÃO.

11.1 - O acompanhamento e a fiscalização da execução do contrato consistirão na verificação da conformidade da execução do objeto, dos materiais, técnicas e equipamentos empregados, de forma a assegurar o perfeito cumprimento do ajuste, que serão exercidos por representantes da CONTRATANTE, especialmente designados, na forma do art. 117 da Lei 14.133/21.

11.1.1 – A CONTRATADA ficará obrigada a permitir e facilitar, a qualquer tempo, a fiscalização dos mesmos, facultando-lhes o livre acesso aos seus depósitos e instalações, bem como a todos os registros e documentos pertinentes com o objeto ora contratado, sem que essa fiscalização importe, a qualquer título, em responsabilidade por parte da CONTRATANTE.

11.2 - A fiscalização poderá sustar qualquer trabalho que esteja em desacordo com o disposto neste contrato.

11.3 - Fica acordado que a fiscalização não terá qualquer poder para eximir a CONTRATADA de qualquer obrigação prevista neste contrato.

11.4- Cabe a fiscalização notificar a CONTRATADA, por escrito, a ocorrência de eventuais imperfeições no curso de execução dos serviços, fixando prazo para a sua correção.

11.5- A fiscalização se manifestará formalmente em todos os atos relativos à execução deste Contrato, em especial quanto à aplicação de sanções e possíveis alterações.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DA SUBCONTRATAÇÃO

12.1 - A CONTRATADA não poderá subcontratar, ceder ou transferir, total ou parcialmente, o objeto deste ajuste.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DAS ALTERAÇÕES

13.1 - Eventuais alterações contratuais reger-se-ão pela disciplina do Capítulo VII da Lei Federal 14.133/21, bem como por eventuais normas regulamentadoras.

13.2 - O procedimento de recomposição do equilíbrio econômico-financeiro disposto na alínea "d" do inciso II do artigo 24 da Lei 14.133/21 poderá ser iniciado por requerimento da CONTRATADA ou por determinação do CONTRATANTE.

13.2.1 - Quando o pedido for iniciado por requerimento da CONTRATADA, o pedido deverá ser devidamente fundamentado, e estar acompanhado de todos os documentos necessários à demonstração do cabimento do pleito.

13.2.2 - O pedido de recomposição do equilíbrio econômico-financeiro deverá ser formulado durante a vigência do contrato.

13.2.3 - Recebida a notificação sobre o evento de desequilíbrio, a CONTRATANTE terá 30 (trinta) dias, prorrogáveis mediante justificativa apresentada por escrito neste prazo, para apresentar resposta ao pedido de recomposição do equilíbrio econômico-financeiro do CONTRATO.

13.3 - A CONTRATADA fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratadas, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários no objeto, a critério exclusivo do CONTRATANTE, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

13.4 - Eventual alteração será obrigatoriamente formalizada pela celebração de prévio termo aditivo ao presente instrumento, respeitadas as disposições da Lei Federal nº 14.133/21.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DA NOMEAÇÃO

14.1 - Fica designado o servidor _____, responsável pelo Setor de _____, como gestor do contrato, para cumprimento do disposto no artigo 117, e parágrafos, da Lei Federal 14.133/21, em sua redação atual e nos termos das normas regulamentadoras, responsabilizando-se pelo recebimento e conferência do objeto deste contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DO CUMPRIMENTO À LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS – LGPD

15.1 A CONTRATADA executará o contrato todo zelo, diligência e honestidade, observada a legislação vigente, devendo respeitar, ainda, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD, Lei 13.709, de 14 de agosto de 2018, pelo que se compromete a não divulgar, por nenhum meio, os dados pessoais a que teve acesso em virtude do presente contrato, sob pena de responder pelos danos ocasionados pela sua divulgação, mau uso, perda, extravio ou inutilização, salvo comprovado caso fortuito ou força maior, mesmo se tal ocorrer por ação ou omissão de seus prepostos ou quaisquer pessoas que a eles tenham acesso.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DA LEGISLAÇÃO.

16.1 - Aplicam-se à execução deste contrato, especialmente aos casos omissos, normas emanadas da Lei Federal 14.133/21 e seus atos regulamentadores, da Lei

Complementar Federal 123/06 em sua redação atual, e, supletivamente aos princípios da teoria geral dos contratos e as disposições de direito privado.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA - DO FORO.

17.1 - As partes elegem o foro da CONTRATANTE, com renúncia expressa a qualquer outro, por mais privilegiado que seja, para toda e qualquer ação oriunda do presente contrato e que não possa ser resolvida de comum acordo entre as mesmas.

E, por assim estarem justas e contratadas as partes, mutuamente obrigadas, assinam o presente instrumento em 03 (três) vias de igual teor e forma, para todos os fins de direito, na presença das testemunhas abaixo.

CONTRATADA

Testemunhas

PROCESSO ADMINISTRATIVO N.º 4361/2026
CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º 001/2026
ANEXO VIII

MODELO DE DECLARAÇÃO DE E-MAIL PARA COMUNICAÇÃO COM A ADMINISTRAÇÃO

A empresa _____, inscrita no CNPJ nº _____, **DECLARA**, para os devidos fins, que indica o seguinte endereço de e-mail que poderá ser utilizado como canal oficial de comunicação pela Administração:

E-MAIL PARA COMUNICAÇÃO: _____

A empresa assume a responsabilidade pela verificação regular deste e-mail, garantindo a recepção de todas as informações, notificações, documentos e demais comunicações oficiais relacionadas à licitação em questão e à execução do contrato subsequente.

A empresa declara, ainda, estar ciente de que todas as comunicações enviadas para o endereço de e-mail indicado serão consideradas válidas e produzirão efeitos legais, conforme as normas previstas no Edital de licitação e no contrato a ser celebrado.

A empresa se compromete, também, a informar previamente à Administração caso venha a enfrentar qualquer dificuldade ou impedimento que a impeça de utilizar o endereço de e-mail indicado acima como canal de comunicação com a Administração. Neste caso, caberá à empresa informar um novo endereço de e-mail para substituição do canal oficial de comunicação.

Esta declaração tem por objetivo permitir uma comunicação eficiente e ágil entre a Administração e a empresa licitante, garantindo a transparência e a lisura do processo licitatório.

(Local e data).

_____

(Nome/assinatura do representante legal)

PROCESSO ADMINISTRATIVO N.º 4361/2026
CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º 001/2026
ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

1) INFORMAÇÕES BÁSICAS

O presente Estudo Técnico Preliminar tem por finalidade demonstrar a necessidade, a adequação e a viabilidade da contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, em conformidade com a Lei Federal nº 12.232/2010 e com a Lei Federal nº 14.133/2021. A contratação visa dar efetividade ao dever constitucional de publicidade e transparência dos atos administrativos (art. 37, caput, da CF) e às campanhas de interesse público dirigidas à população.

2) SECRETARIA REQUISITANTE

Gabinete do Prefeito – Diretoria de Comunicação

3) DA DESIGNAÇÃO DA EQUIPE DE PLANEJAMENTO

- Maria Lúcia Pereira Maximo dos Santos – Chefe de Seção de Projetos – Matrícula 7228
- Thais Fernanda Barbosa Leite – Chefe de Divisão de Comunicação – Matrícula 440224

4) DIRETRIZES QUE NORTEARÃO ESTE ETP

O presente Estudo Técnico Preliminar será elaborado em observância às seguintes diretrizes:

4.1. Conformidade legal: estrita observância à Lei Federal nº 12.232/2010, à Lei Federal nº 14.133/2021 e às normas constitucionais relativas à publicidade e transparência dos atos administrativos.

4.2. Aderência ao planejamento: compatibilidade da contratação com o Plano Plurianual, a Lei de Diretrizes Orçamentárias, a Lei Orçamentária Anual e o Plano de Contratações Anual do Município.

4.3. Publicidade institucional e impessoalidade: delimitação do objeto à divulgação de campanhas institucionais e de utilidade pública, vedada a promoção pessoal de autoridades ou servidores, em consonância com o entendimento do TCE-SP e em observância ao art. 37, § 1º, da Constituição Federal.

4.4. Economicidade e eficiência: busca da solução que assegure melhor relação custo–benefício, com dimensionamento adequado do objeto e do valor estimado, considerando os limites orçamentários.

4.5. Critérios técnicos e qualidade: estruturação da futura licitação com base em critérios técnicos objetivos, inclusive por meio de subcomissão técnica e tipo de

julgamento "técnica e preço", de forma a garantir a qualidade das peças e estratégias de comunicação.

5) DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE

A publicidade institucional integra o dever constitucional de publicidade dos atos administrativos, previsto no art. 37 da Constituição Federal, garantindo à população o conhecimento das ações governamentais e favorecendo o controle social sobre a Administração Pública.

A contratação de agência de publicidade mostra-se necessária para o desenvolvimento de campanhas, peças e ações de comunicação destinadas a informar, orientar e educar a população, bem como divulgar programas, serviços e, campanhas de utilidade pública das diversas secretarias municipais, a exemplo de:

- campanhas de saúde (imunização, combate à dengue, prevenção de doenças);
- campanhas socioassistenciais promovidas pelos CRAS e CREAS;
- programas educacionais, eventos culturais, esportivos e ambientais;
- divulgação de obras, serviços e ações de governo, dentre outros.

Nos termos da Lei nº 12.232/2010, os serviços de publicidade compreendem atividades integradas de estudo, planejamento, conceituação, criação, execução e supervisão da veiculação de campanhas, de caráter estratégico e natureza predominantemente intelectual, o que reforça a necessidade de contratação de agência especializada para atender, de forma contínua e qualificada, às demandas de comunicação institucional do Município.

Assim, contratação de agência de publicidade especializada possibilitará a criação e a implementação de estratégias de comunicação eficazes, assegurando que a população tenha acesso às informações de forma clara, objetiva e acessível. Também viabilizará a produção de materiais informativos e campanhas institucionais, bem como disseminação de conteúdos relevantes por meio de diferentes canais de comunicação, de maneira integrada e planejada.

Não integram o objeto os serviços de assessoria de imprensa, relações públicas, comunicação institucional desvinculada de ações publicitárias, publicação legal de atos oficiais, organização ou realização de eventos e quaisquer outras atividades vedadas pelo § 2º do art. 2º da Lei Federal nº 12.232/2010.

6) PLANO DE CONTRATAÇÃO ANUAL

A contratação proposta encontra-se prevista no Plano de Contratações Anual (PCA) do Município para o exercício de 2026, previamente elaborado.

7) DESCRIÇÃO DOS REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

A contratação deverá observar, cumulativamente, os requisitos estabelecidos na Lei Federal nº 12.232/2010 e na Lei Federal nº 14.133/2021, em especial:

7.1. Regime jurídico aplicável: a licitação e a execução contratual serão regidas, no que diz respeito aos serviços de publicidade, pela Lei nº 12.232/2010, aplicando-se a Lei nº 14.133/2021 de forma subsidiária, naquilo em que não conflitar com a legislação especial.

7.2. Modalidade e tipo de julgamento: o certame será processado pela modalidade Concorrência, em consonância com o art. 6º, XXXVIII, da Lei nº 14.133/2021, que a define como modalidade destinada à contratação de bens e serviços não classificados como comuns, adotando-se o tipo "técnica e preço", nos termos do art. 5º da Lei nº 12.232/2010 e do art. 36, §2º, da Lei nº 14.133/2021, em razão da natureza predominantemente intelectual dos serviços, vedada a realização de lances públicos e sucessivos, em observância à Lei Federal nº 12.232/2010 e aos arts. 36 e 56, § 2º, da Lei Federal nº 14.133/2021.

7.3. Peças e propostas técnicas obrigatórias: o edital deverá exigir, em conformidade com a Lei nº 12.232/2010, a apresentação de plano de comunicação publicitária, peças e estratégias de comunicação, bem como proposta de preço estruturada de forma a permitir a avaliação objetiva das ofertas.

7.4. Subcomissão técnica: a Administração deverá designar, previamente à publicação do edital, subcomissão técnica composta por profissionais notoriamente conhecedores da área de publicidade, responsável pela análise e julgamento das propostas técnicas, nos termos do art. 10 da Lei nº 12.232/2010.

7.5. Qualificação técnica e capacidade operacional: as licitantes deverão comprovar experiência anterior na prestação de serviços congêneres, por meio de atestados de capacidade técnica, na forma do art. 4º, da Lei nº 12.232/201, e demais documentos de habilitação previstos na norma de regência, e na Lei nº 14.133/2021, de modo a evidenciar aptidão para atender, de forma contínua, às demandas de comunicação institucional do Município.

7.6. Planejamento, execução e fiscalização: a contratação deverá estar vinculada ao Estudo Técnico Preliminar e ao Termo de Referência, com definição clara de objetivos, resultados esperados e critérios de medição, observando-se as regras de gestão e fiscalização contratual previstas na Lei nº 14.133/2021, inclusive quanto à designação de gestor e fiscais do contrato.

7.7. Observância aos princípios e vedações: todas as ações de comunicação decorrentes do contrato deverão respeitar os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência, vedada a promoção pessoal de autoridades ou servidores, em consonância com a Constituição Federal, com a Lei nº 12.232/2010 e com o entendimento consolidado pelos Tribunais de Contas.

8) ESTIMATIVAS DAS QUANTIDADES PARA CONTRATAÇÃO

DESCRIÇÃO	UNIDADE DE MEDIDA	QUANTIDADE
Contratação de agência de publicidade para gerenciamento e execução de serviços publicitários	UN	1

A presente contratação não envolve a quantificação prévia e exaustiva dos bens, produtos e serviços a serem demandados ao longo da execução contratual.

Diferentemente dos serviços de natureza comum, caracterizados por tarefas padronizadas, executadas de forma mecânica ou segundo técnicas, protocolos e métodos previamente estabelecidos e conhecidos – para os quais seria cabível, em regra, a utilização da modalidade pregão – os serviços de publicidade têm natureza predominantemente intelectual, pois a contratação se volta essencialmente à expertise da agência de propaganda na concepção e proposição de soluções de comunicação adequadas aos objetivos específicos de cada demanda.

9) LEVANTAMENTO DE MERCADO

Atualmente, existem diversas empresas no mercado que prestam serviços d publicidade e propaganda. Conforme exigências da Lei Federal nº 12.232/10, o critério de julgamento, obrigatoriamente, será "melhor técnica" ou "técnica e preço". Portanto, sugere-se que seja adotado o critério "técnica e preço", conforme as últimas contratações para esse mesmo objeto.

A Proposta Técnica consiste na apresentação do Plano de Comunicação Publicitária sem identificação, com vistas à análise dos quesitos pela Subcomissão Técnica de forma totalmente imparcial e idônea, sem a possibilidade de identificação do licitante, conforme exigências da Lei Federal nº 12.232/10.

Com o objetivo de estabelecer o valor global a ser utilizado para contratação de agência de publicidade para gerenciamento e execução de serviços publicitários, foi realizado um levantamento de preço através do Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP). O estudo levou em conta contratos com necessidades parecidas com as desta municipalidade.

Para a presente contratação, cujo julgamento será realizado pelo critério de técnica e preço, nos termos do art. 36 da Lei nº 14.133/2021, destaca-se que a qualidade técni dos serviços possui relevância ao valor ofertado, razão pela qual a avaliação econômica deve ser compatível com a complexidade e especialização do objeto.

10) ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

Valor estimado da contratação é de R$ 1.139.333,33 (um milhão, cento e trinta e nove mil, trezentos e trinta e três reais e trinta e três centavos.)

Os valores contratuais serão passíveis de reajuste anual, observado o interregno mínimo de 12 (doze) meses contado data do orçamento estimado, conforme previsto na legislação vigente específica.

11) DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

A solução proposta consiste na seleção, por meio de Concorrência Presencial do tipo técnica e preço, de uma agência de publicidade com comprovada capacidade técnica e

estrutura operacional para planejar, criar, produzir, executar e acompanhar ações de comunicação institucional do Município, em regime contínuo, conforme o conceito de serviços de publicidade definido no art. 2º da Lei nº 12.232/2010.

A agência selecionada será responsável por desenvolver e implementar estratégias de comunicação integradas, atendendo às demandas das diversas secretarias municipais, observando-se sempre o interesse público, a impessoalidade e a vedação de promoção pessoal.

O critério de julgamento técnica e preço, adotado nos termos do art. 5º da Lei nº 12.232/2010 e do art. 36, §2º, da Lei nº 14.133/2021, permitirá valorar de forma adequada a qualidade técnica das propostas – especialmente quanto ao plano de comunicação publicitária, às peças e às estratégias apresentadas – sem afastar a competitividade, assegurando a escolha da proposta mais vantajosa sob a ótica da eficiência, da economicidade e da efetividade da comunicação institucional.

Embora a Lei nº 14.133/2021 determine a preferência pelo formato eletrônico, o Art. 17, § 2º, autoriza a forma presencial mediante motivada justificativa, desde que demonstrada a inviabilidade técnica ou a desvantagem para a Administração.

A escolha pela modalidade presencial pode ser justificada pela necessidade de garantir a melhor compreensão da complexidade dos serviços a serem contratados, bem como pela exigência de um processo mais detalhado de avaliação das propostas. A concorrência presencial pode ser mais adequada quando a natureza do serviço exige que a Administração Municipal tenha uma visão clara e precisa das capacidades técnicas e criativas das agências, o que pode ser mais difícil de ser realizado em um processo exclusivamente eletrônico.

A utilização da modalidade Concorrência Presencial para a contratação de serviços de publicidade institucional se justifica, portanto, pela complexidade e especificidade das propostas a serem avaliadas, pela necessidade de uma interação mais direta entre as agências e a Administração Municipal e pela importância da apresentação técnica e criativa das campanhas publicitárias. Essa abordagem permite um processo licitatório mais transparente, detalhado e alinhado com os objetivos institucionais, garantindo que a escolha da agência seja feita com base em critérios técnicos, criativos e financeiros robustos.

12) JUSTIFICATIVA PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA CONTRATAÇÃO

Opta-se pela adjudicação de uma única agência de publicidade, por se tratar de serviço predominantemente intelectual e integrado, em que a unidade de criação e planejamento é essencial para manter a coerência da identidade institucional, a harmonia das campanhas e a gestão centralizada das demandas de todas as secretarias.

A divisão do objeto entre várias agências geraria risco de perda de padronização da comunicação institucional, aumento de custos de coordenação e fiscalização e pouca economia financeira, motivo pelo qual o parcelamento não se demonstra técnica nem economicamente vantajoso.

13) RESULTADOS PRETENDIDOS

Com a contratação de agência de publicidade, a Prefeitura de Caçapava pretende aperfeiçoar a comunicação institucional, garantindo maior eficiência, qualidade técnica e oportunidade na divulgação de programas, serviços, campanhas de utilidade pública e atos oficiais. Espera-se, ainda, ampliar o alcance e a compreensão das informações pela população, fortalecer a imagem institucional do Município, assegurar o uso responsável e planejado dos recursos destinados à publicidade e oferecer suporte profissional e estratégico às secretarias municipais na definição e execução de suas ações de comunicação.

14) PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS

A Administração deverá, previamente à publicação do edital, designar a subcomissão técnica prevista no art. 10 da Lei nº 12.232/2010, composta por profissionais notoriamente conhecedores da área de publicidade, responsável pela análise e julgamento das propostas técnicas apresentadas pelas agências participantes da concorrência.

Após a contratação, deverão ser formalmente designados o gestor e os fiscais do contrato, promovendo-se, sempre que necessário, capacitação específica quanto às peculiaridades dos serviços de publicidade, aos critérios de medição e aceite e às vedações legais incidentes, em consonância com a Lei nº 14.133/2021.

A Administração garantirá, ainda, a disponibilização de espaço físico adequado e de condições mínimas de infraestrutura para reuniões de alinhamento, apresentação de planos de comunicação, entrega de materiais e acompanhamento da execução contratual, de modo a viabilizar a atuação integrada entre a agência contratada e os órgãos municipais demandantes.

15) CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

Não foram identificadas contratações correlatas ou interdependentes em andamento que possam interferir ou demandar maiores cuidados no planejamento da futura contratação.

16) POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS

Dada a natureza do objeto, não se verifica impactos ambientais relevantes, sendo necessário tão somente que a licitante atenda aos critérios dos órgãos fiscalizadores.

17) VIGÊNCIA DO CONTRATO

A contratação terá início previsto outubro de 2026, com vigência inicial de 12 (doze) meses, por se tratar de serviços contínuos de publicidade institucional. Nos termos dos

arts. 106 e 107 da Lei Federal nº 14.133/2021, poderá ser prorrogada sucessivamente, desde que prevista em edital e contrato, mantida a vantajosidade e observada a disponibilidade orçamentária, e respeitados os limites máximos de vigência previstos.

18) POSICIONAMENTO CONCLUSIVO

À vista das informações e análises constantes deste Estudo Técnico Preliminar, verifica-se que a contratação de agência de publicidade é necessária e adequada para atender, de forma contínua e qualificada, às demandas de comunicação institucional do Município. Considerando a natureza predominantemente intelectual dos serviços e a necessidade de valorar a qualidade das soluções de comunicação propostas, opta-se fundamentadamente pela adoção do critério de julgamento "técnica e preço", nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010 e do art. 36, §2º, da Lei Federal nº 14.133/2021.

Diante do exposto, a equipe de planejamento manifesta-se pela viabilidade da contratação, recomendando o prosseguimento das etapas subsequentes do processo licitatório com base nas premissas e diretrizes aqui estabelecidas.

Caçapava, 06 de julho de 2026.

Thais Fernanda Barbosa Leite
Chefe de Divisão de Comunicação

Everton Rodrigues
Chefe de Gabinete

PROCESSO ADMINISTRATIVO N.º 4361/2026
CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º 001/2026
ANEXO X

MODELO – DECLARAÇÃO – MICROEMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE

(APRESENTAR NO CREDENCIAMENTO)

Eu, (nome completo), portador da Cédula de Identidade nº (nº - órgão emissor), inscrito no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) sob nº xxxxxx, representante legal da empresa (razão social), inscrita no Cadastro de Pessoas Jurídicas (CNPJ) sob nº xxxxxxxx, **DECLARO**, sob as penas da lei, sem prejuízo das sanções administrativas previstas no edital, que:

a) a empresa está legalmente enquadrada como microempresa ou empresa de pequeno porte e que está **excluída das vedações** constantes do parágrafo 4º do artigo 3º da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, cujos termos declaro conhecer na íntegra, estando **apta**, portanto, a exercer o direito ao tratamento diferenciado e favorecido estabelecido pela referida Lei, no procedimento licitatório do nº 4361/2026, realizado pela Prefeitura Municipal de Caçapava; e

b) no ano-calendário de realização desta licitação, esta empresa não celebrou contratos com a Administração Pública cujos valores somados extrapolem a receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte, nos termos do §2º do artigo 4º da Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril 2021.

Caçapava, xx de xxxxxxx de 2026.

(carimbo da empresa, nome e cargo da pessoa que assina)