CONCORRÊNCIA 017/2026.

OBJETO

PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PARA REALIZAÇÃO DE ATIVIDADES INTEGRADAS QUE POSSIBILITE O ESTUDO, PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, EXECUÇÃO INTERNA, INTERMEDIAÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E NA DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO

CONTRATANTE

Município de Jundiaí – Secretaria Municipal de Comunicação

VALOR TOTAL

R$ 8.900.000,00 (oito milhões e novecentos mil reais)

PRAZO LIMITE PARA ENTREGA DOS ENVELOPES Nº 1, Nº 2, Nº 3 E Nº 4:

Dia 04/12/2026, às 09h30min (horário de Brasília), compreendendo:
Envelope nº 1 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada;
Envelope nº 2 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada;
Envelope nº 3 – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
Envelope nº 4 – Proposta de Preços.
O Envelope nº 5 – Documentos de Habilitação – será apresentado posteriormente, exclusivamente pela licitante convocada, na forma deste Edital.

LOCAL DE ENTREGA DOS ENVELOPES 01, 02, 03 e 04:

SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO DE PESSOAS – DEPARTAMENTO DE COMPRAS GOVERNAMENTAIS – 4º ANDAR – ALA NORTE DO PAÇO MUNICPAL, LOCALIZADO NO ENDEREÇO: AVENIDA DA LIBERDADE, S/Nº - JARDIM BOTÂNICO – JUNDIAÍ - SP

DATA DA SESSÃO PÚBLICA

04/12/2026, às 10h00min

LOCAL DA SESSÃO PÚBLICA:

PAÇO MUNICIPAL – 8º ANDAR – LOCALIZADO NO ENDEREÇO: AVENIDA DA LIBERDADE, S/Nº - JARDIM BOTÂNICO – JUNDIAÍ -SP

CRITÉRIO DE JULGAMENTO

TECNICA E PREÇO

DADOS GERAIS:

- **Nº da Concorrência:** 017/2026
- **Objeto:** contratação de 01 (uma) agência de propaganda especializada para a prestação de serviços de publicidade, compreendidos como o conjunto de atividades realizadas de forma integrada 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 a finalidade de difundir ideias e informar o público em geral sobre atos, programas, obras, serviços, campanhas e políticas públicas do Município de Jundiaí, incluindo-se as atividades complementares expressamente admitidas pela Lei Federal nº 12.232/2010, conforme condições e exigências estabelecidas neste Edital e em seus anexos.
- **Unidade Compradora:** Prefeitura do Município de Jundiaí – Secretaria Municipal de Comunicação
- **Agente de Contratação**: Naiara Sanches Consencio e Comissão Especial de Contratação designada pela Portaria, responsável pelo recebimento e processamento dos invólucros, pelo julgamento das propostas de preços e dos documentos de habilitação e pela prática dos demais atos que não sejam de competência privativa da Subcomissão Técnica.
- **Moeda:** em REAL, estando inclusos nos preços todos os tributos incidentes.
- **Condição de Pagamento:** 10 DIAS ÚTEIS DA LIQUIDAÇÃO
- **Validade da Proposta:** 120 dias, após a abertura da licitação.
- **Tratamento Diferenciado para Beneficiárias da Lei 123/06 sediadas na Região Metropolitana de Jundiaí:** NÃO (conforme disposto no art. 4, § 1, II da Lei nº 14.133/2021)
- **Tratamento Diferenciado para Beneficiárias da Lei 123/06:** NÃO (conforme disposto no art. 4, § 1, II da Lei nº 14.133/2021)

PREÂMBULO:

O Município de Jundiaí, por meio da Secretaria Municipal de Administração e Gestão de Pessoas, torna público que realizará a Concorrência nº 017/2026, na forma presencial, pelo critério de julgamento de TÉCNICA E PREÇO, destinada à contratação de 01 (uma) agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade, nos termos definidos no item 1 deste Edital, no Termo de Referência e nos demais anexos, observada a finalidade prevista no art. 37, § 1º, da Constituição Federal.

A presente Concorrência será processada em conformidade com a Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, aplicando-se subsidiariamente a Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021, a Lei Complementar Federal nº 123, de 14 de dezembro de 2006, no que couber, o Decreto Municipal nº 32.567, de 22 de fevereiro de 2023, o Decreto Municipal nº 33.862, de 18 de março de 2024, e suas alterações, bem como as demais normas legais e regulamentares aplicáveis.

O Edital estará disponível, na íntegra, com todos os seus Anexos, no “site” www.jundiai.sp.gov.br entrar no link “Licitações/ Compra Aberta” acessar Editais Presenciais (grátis) ou poderá ser adquirido no Paço Municipal “Nova Jundiaí”,

Departamento de Compras Governamentais – 4º andar – ala norte, de 2ª a 6ª feira, das 09:00 às 18:00 horas, pelos interessados, mediante o pagamento de R$ 10,00 (dez reais), sendo seu conteúdo o abaixo relacionado:

As despesas decorrentes da presente licitação irão onerar, de acordo com as necessidades, verbas de qualquer dos órgãos municipais.

Integram este Edital, os seguintes anexos:

ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA
ANEXO II - BRIEFING
ANEXO III – AÇÕES EM JUNDIAI
ANEXO IV – MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS
ANEXO V – MODELO DE DECLARAÇÕES
ANEXO VI – MINUTA DO CONTRATO

DO OBJETO, CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO E PRAZOS

1.OBJETO:

1.1. Constitui objeto desta concorrência a contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de publicidade, compreendidos como o conjunto de atividades realizadas de forma integrada 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 a finalidade de difundir ideias e informar o público em geral sobre atos, programas, obras, serviços, campanhas e políticas públicas do Município de Jundiaí, nos termos do Artigo 37, §1º da Constituição da República Federativa do Brasil.

Integram o objeto, como atividades complementares e desde que diretamente vinculadas a ações publicitárias determinadas:

I – o planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento;
II – A produção e a execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

III – A criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

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

1.3. Os serviços previstos objeto desta Concorrência contemplam:

a) planejamento, conceituação e concepção de campanhas destinadas ao público externo e, excepcionalmente, ao público interno, desde que estas últimas caracterizem ação publicitária de interesse público, guardem relação direta com o objeto contratual e sejam previamente justificadas e autorizadas pelo Município.
b) criação, roteirização, pré-produção, produção técnica, finalização, implementação, intermediação e supervisão da produção de todas as peças planejadas e propostas.

c) a sugestão, a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.
d) planejamento de mídia e não mídia para a campanha interna e externa, independentemente da utilização ou não dos planos sugeridos.
e) produção de todas as peças sugeridas.
f) a consultoria na distribuição das peças produzidas conforme o plano de mídia e não mídia.
g) reuniões com a equipe da comunicação, para aprovação de cada passo (da ideia à arte final).
h) pesquisas de pré-teste e pós-teste vinculadas à concepção e criação da campanha interna e externa, incluindo todas as peças e materiais publicitários (nas avaliações de pré-teste e pós-teste, é vedada a inclusão de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com cada ação publicitária específica ou com o objeto do contrato desta prestação de serviços de publicidade);
i) a entrega, para fins de arquivo, de cópia gravada em mídia digital de todo o material produzido (periodicidade a ser decidida pela Prefeitura Municipal de Jundiaí;
j) a guarda, para solicitação a qualquer tempo, de cópias do material produzido pela agência.

1.3.1. Considera-se, para fins desta concorrência como 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 difundir ideias ou informar o público em geral.

1.3.2. Nas contratações de serviços de publicidade, poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

a) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pelas agências contratadas;
b) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação publicitária;
c) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, atendidas as prescrições estabelecidas para as ações publicitárias contratadas.

1.3.2.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea “b” do subitem 1.3.2. terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Município de Jundiaí, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
b) aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;

c) possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.3.3. Os serviços abrangem as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou de interesse do Poder Executivo Municipal.

1.4. Não integram o objeto as atividades de assessoria de imprensa, relações com a imprensa, relações públicas, comunicação interna desvinculada de ação publicitária, gestão orgânica ou comunitária de redes sociais, manutenção ordinária de páginas eletrônicas, organização de eventos festivos, promoção, patrocínio institucional ou quaisquer outras atividades não compreendidas no art. 2º, caput e § 1º, da Lei Federal nº 12.232/2010.

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

1.5. Dotação orçamentária: 04.01.04.131.0190.2019.3390 – Recurso Próprio

1.6. Para a prestação dos serviços será contratada 01 (uma) agência de propaganda, doravante denominada agência, LICITANTE OU CONTRATADA.

1.7. Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei Federal nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010.

1.8. A agência contratada não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos neste edital.

1.8.1. A vedação prevista no item 1.8 não impede a contratação, pela agência, de fornecedores de bens ou serviços especializados relativos às atividades complementares admitidas pela Lei Federal nº 12.232/2010, desde que integralmente observados o art. 14 da referida Lei, as condições previstas no Termo de Referência, inclusive quanto ao cadastramento prévio, obtenção de, no mínimo, 3 (três) orçamentos, aprovação pelo Município, abertura pública dos orçamentos nas hipóteses legalmente previstas e vedação ao fracionamento indevido de despesas.

1.9. O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses, contados a partir de sua assinatura, podendo ser prorrogado a critério da Administração nos termos do artigo 107 da Lei Federal 14.133/2021, desde que seja atestada que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração Pública, permitida a negociação com o contratado ou a extinção contratual sem ônus para qualquer das partes.

1.9.1. O prazo de vigência poderá ser prorrogado por até 10 (dez) anos, a critério do MUNICÍPIO, mantidas as demais cláusulas e assegurada a manutenção de seu equilíbrio econômico-financeiro nas hipóteses e condições dos artigos 106 e 107, da Lei Federal nº 14.133/21

1.9.1.1. O serviço é enquadrado como continuado, sendo a vigência plurianual mais vantajosa, em conformidade com o disposto no Estudo Técnico Preliminar.

1.9.2. O contrato oferece maior detalhamento das regras que serão aplicadas em relação à vigência da contratação.

1.10. Demais condições de execução e prazos constam do Termo de Referência e minuta de Contrato, anexos a este Edital.

2. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO:

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

a) consórcios de empresas, qualquer que seja sua forma de constituição, por não ser necessária a coparticipação de duas ou mais agências em consórcio. A criação e produção publicitária é realizada pela equipe técnica de cada uma das agências de publicidade, que atua de forma concatenada, desde a concepção da peça/campanha publicitária, mediante o desenvolvimento de planejamento prévio, de pesquisas quanto ao público-alvo, o mercado e os meios de comunicação, não sendo aconselhável que tais serviços sejam desenvolvidos por equipes diferentes das agências em consórcio. Torna-se não só desnecessária, como inconveniente a prestação de tais serviços através de consórcio de agências.

b) em pessoas jurídicas declaradas inidôneas para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os efeitos da sanção;

c) pessoas jurídicas impedidas de licitar ou contratar com o Município de Jundiaí, enquanto perdurarem os efeitos da sanção, sem prejuízo da verificação de outras sanções legalmente aplicáveis.

d) empresas com falência decretada;

e) pessoa jurídica que mantenha vínculo de natureza técnica, comercial, económica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão contratante ou com agente público que desempenhe função na licitação, fiscalização ou gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente até o terceiro grau, observadas as hipóteses do art. 14 da Lei nº 14.133/2021;

f) empresas cujo objeto social não seja pertinente e compatível com o objeto deste Edital.

g) que tenham sido proibidas pelo Plenário do CADE de participar de licitações promovidas pela Administração Pública federal, estadual, municipal, direta e indireta, em virtude de prática de infração à ordem econômica, nos termos do artigo 38, inciso II, da Lei Federal n° 12.529/2011;

h) que estejam proibidas de contratar com a Administração Pública em virtude de sanção restritiva de direito decorrente de infração administrativa ambiental, nos termos do art. 72, § 8°, inciso V, da Lei Federal n° 9.605/1998;

i) que tenham sido proibidas de contratar com o Poder Público em razão de condenação por ato de improbidade administrativa, nos termos do artigo 12 da Lei Federal nº 8.429/1992;

j) que tenham sido declaradas inidôneas para contratar com a Administração Pública pelo Plenário do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, nos termos do artigo 108 da Lei Complementar Estadual nº 709/1993;

k) Empresas em recuperação judicial ou extrajudicial poderão participar, desde que demonstrem sua viabilidade económico-financeira e atendam integralmente aos

requisitos de habilitação, mediante apresentação do plano aprovado ou de outros elementos admitidos pela legislação e pela jurisprudência aplicável.

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

2.2. As microempresas e empresas de pequeno porte poderão participar do certame em igualdade de condições com as demais licitantes.

2.3. Considerando o valor estimado da contratação e o disposto no art. 4º, § 1º, inciso I, da Lei Federal nº 14.133/2021, bem como no art. 2º do Decreto Municipal nº 33.862/2024, não serão aplicados a esta licitação os benefícios previstos nos arts. 42 a 49 da Lei Complementar Federal nº 123/2006, sem prejuízo da participação de microempresas e empresas de pequeno porte em igualdade de condições com as demais licitantes.

3. IMPUGNAÇÃO, ESCLARECIMENTOS, ALTERAÇÕES SOBRE O EDITAL E RECURSOS

3.1. Da impugnação ao edital:

3.1.1. Qualquer pessoa poderá impugnar os termos do edital desta Concorrência por irregularidade na aplicação das Leis e Decretos regulamentares que regem o presente procedimento, devendo a impugnação ser direcionada ao Responsável pelo processamento do certame, em até 3 (três) dias úteis antes da data fixada para abertura da sessão pública, por meio do e-mail compraaberta@jundiai.sp.gov.br , identificando devidamente no assunto se tratar de impugnação e com a identificação do número da concorrência.

3.1.2. A ausência de impugnação no prazo deste item impedirá apenas o conhecimento do pedido como impugnação administrativa prévia ao edital, sem prejuízo do dever da Administração de reconhecer ilegalidades de ofício.

3.1.3. A resposta à impugnação será divulgada em sítio eletrônico oficial no prazo de até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame.

3.1.4. A concessão de efeito suspensivo à impugnação é medida excepcional e deverá ser motivada pelo Responsável pelo Procedimento, nos autos do processo de seleção.

3.1.5. Acolhida a impugnação, será definida e publicada nova data para a realização do certame.

3.2. Dos pedidos de esclarecimento:

3.2.1. Os pedidos de esclarecimentos referentes a esta contratação serão enviados ao Responsável pelo Procedimento, em até 3 (três) dias úteis anteriores à data fixada para abertura da sessão pública, por meio do e-mail compraaberta@jundiai.sp.gov.br, identificando devidamente no assunto se tratar de “pedido de esclarecimento” e com a identificação da modalidade e o número da Concorrência.

3.2.2. O Responsável pelo Procedimento responderá aos pedidos de esclarecimentos no prazo de até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame e poderá requisitar subsídios formais aos responsáveis pela elaboração do edital e dos anexos.

3.2.3. As respostas aos pedidos de esclarecimentos serão divulgadas em sítio eletrônico oficial no prazo de até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame.

3.3. Acolhida impugnação ou promovida alteração que afete a formulação das propostas, o edital será republicado pelos mesmos meios e será reaberto integralmente o prazo para apresentação dos invólucros.

3.4. A reabertura de prazo somente será dispensada quando a alteração, mediante decisão motivada, não comprometer a formulação das propostas, o julgamento ou a participação dos interessados.

3.5. A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, termos que possam propiciar, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária (invólucro n. 1) a identificação da sua Proposta perante a Subcomissão Técnica.

3.6. Os esclarecimentos aos consulentes serão comunicados a todos os demais interessados que tenham adquirido o presente edital, sem a indicação de quem tenha sido o consulente.

3.7. **Dos Recursos:**

3.7.1. Das decisões relativas ao julgamento das Propostas Técnicas, ao julgamento das Propostas de Preços e à habilitação ou inabilitação das licitantes caberá recurso administrativo no prazo de **3 (três) dias úteis**, contado da data da intimação, divulgação da decisão ou lavratura da respectiva ata, conforme o caso, observados o art. 165 da Lei Federal nº 14.133/2021 e o rito especial previsto na Lei Federal nº 12.232/2010.

3.7.1.1. Os recursos poderão ser protocolados no Paço Municipal, Avenida da Liberdade, s/nº, 4º andar, Ala Norte, Jundiaí/SP, nos dias e horários de expediente, ou encaminhados ao e-mail compraaberta@jundiai.sp.gov.br, com identificação da Concorrência nº 017/2026 e da licitante recorrente.

3.7.2. A interposição do recurso será comunicada às demais licitantes, que poderão apresentar contrarrazões no prazo de **3 (três) dias úteis**, contado da intimação pessoal ou da divulgação da interposição do recurso.

3.7.3. As razões do recurso serão dirigidas à autoridade que tiver editado o ato ou proferida a decisão recorrida, a qual poderá reconsiderar sua decisão no prazo de 03 (três) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, encaminhar o recurso para a autoridade superior a qual deverá proferir sua decisão no prazo de 10 (dez) dias úteis, contado do recebimento dos autos.

3.7.4. Será assegurado ao licitante vista dos elementos indispensáveis à defesa de seus interesses.

3.7.5. O recurso terá efeito suspensivo sobre o ato ou a decisão recorrida até que sobrevenha decisão final da autoridade competente.

3.7.6. O deferimento do pedido do recurso importará a invalidação apenas dos atos insuscetíveis de aproveitamento.

3.7.7. Na hipótese de haver eventuais recursos, decididos esses e constatada a regularidade dos atos procedimentais, a autoridade competente, conforme o caso, fará a adjudicação do objeto da licitação e a homologação da licitação ao licitante vencedor, mediante publicação desse junto à Imprensa Oficial do Município.

3.7.8. O resultado de eventuais recursos será divulgado mediante disposição no site do "Compra Aberta" e/ou comunicado a todas as licitantes via e-mail, ou mediante publicação.

4. DA CONSTITUIÇÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

4.1. A Concorrência será processada pela **Comissão Especial de Contratação**, competindo-lhe o recebimento e processamento dos invólucros, o julgamento das Propostas de Preços e dos documentos de habilitação e a prática dos demais atos que não sejam de competência privativa da Subcomissão Técnica, à qual caberá exclusivamente a análise e o julgamento das Propostas Técnicas, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010.

4.2. As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica composta por 3 (três) membros formados em comunicação, publicidade ou marketing, ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que pelo menos 1 (um) deles não poderá manter vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Município de Jundiaí.

4.3. Os membros serão escolhidos por sorteio em sessão pública, dentre relação contendo, no mínimo, 9 (nove) nomes previamente cadastrados, dos quais pelo menos 3 (três) não manterão vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Município.

4.3.1. A relação dos nomes será publicada na Imprensa Oficial do Município e no sítio eletrônico da licitação com antecedência mínima de 10 (dez) dias da sessão pública de sorteio.

4.3.2. O sorteio será realizado de modo a assegurar a proporção legal entre membros com e sem vínculo com o Município, lavrando-se ata circunstanciada.

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

5. DO CREDENCIAMENTO DOS REPRESENTANTES

5.1 No ato da entrega dos envelopes com as Propostas Técnica e de Preço, o representante da licitante apresentará, **fora dos envelopes**, à Comissão de Contratação o documento que o credencie a participar deste certame, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, com poderes específicos para o fim a que se destina.

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

5.1.2. Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, com poderes específicos para participação nesta licitação. Nesse caso, o preposto também entregará à **Comissão Especial de Contratação** cópia do ato que comprove os poderes de representação da empresa e de constituição de mandatários.

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

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

5.1.5. Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preço, por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos envelopes diretamente à Comissão de Contratação.

6. DA APRESENTAÇÃO E ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

6.1. A Proposta Técnica deverá ser acondicionada em 3 (três) envelopes distintos, apresentados à Comissão de Contratação na forma a seguir discriminada:

6.2. ENVELOPE Nº 01 - **Plano De Comunicação Publicitária - Via Não Identificada.**

6.2.1. No Envelope nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que trata o subitem 7.1.

6.2.2. A Comissão de Contratação só aceitará o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no envelope padronizado, fornecido, **obrigatoriamente**, pelo Município de Jundiaí.

6.2.2.1. O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente.

6.2.3. Os envelopes padronizados, obrigatórios para acondicionamento do conteúdo do "Envelope nº1", estarão disponíveis para retirada pela interessada, no Departamento de Compras Governamentais, nos dias úteis, até o momento da abertura do certame, no horário das 08h00 às 17h00.

6.2.4. O Envelope nº 1 deverá ser apresentado pelas licitantes **sem fechamento e sem rubrica.**

6.2.5. Para preservar, até o momento legalmente previsto para a abertura do Envelope nº 2, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, o Envelope nº 1 não poderá:

a) conter nome, timbre, etiqueta, inscrição ou qualquer identificação da licitante;

b) apresentar marca, sinal, símbolo, palavra, marca-d'água, relevo, dobradura atípica ou qualquer outro elemento capaz de identificar, direta ou indiretamente, sua autoria;

c) apresentar dano, deformação ou característica decorrente do acondicionamento de seu conteúdo que permita associá-lo à respectiva licitante.

Parágrafo único. Constatada qualquer das hipóteses acima, o Envelope nº 1 não será recebido, a proposta será desclassificada e a ocorrência será circunstanciadamente registrada em ata.

6.3. ENVELOPE Nº 2 - Plano De Comunicação Publicitária Via Identificada.

6.3.1. No Envelope nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 7.2, devendo este ser providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até a sua abertura.

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

ENVELOPE Nº 2 – PROPOSTA TÉCNICA **PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA** **VIA IDENTIFICADA** CONCORRÊNCIA Nº 017/2026 NOME DA EMPRESA ENDEREÇO DA PROPONENTE E-MAIL DA PROPONENTE

6.3.3. Deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, que conterá o mesmo teor da via não identificada, com exceção dos exemplos de peças referentes à ideia criativa;

6.3.4. O envelope deverá ser providenciado pela própria 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;

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

6.4. ENVELOPE Nº 3 – Capacidade de Atendimento, Repertório E Relatos De Soluções De Problemas De Comunicação

6.4.1. No Envelope nº 3 deverão estar acondicionados os documentos relativos à **Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**, disciplinados, respectivamente, nos subitens **7.3.2, 7.3.3 e 7.3.4** deste Edital.

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

ENVELOPE Nº 3 – PROPOSTA TÉCNICA **CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO** CONCORRÊNCIA Nº 017/2026 NOME DA EMPRESA ENDEREÇO DA PROPONENTE E-MAIL DA PROPONENTE

6.4.3. O Envelope nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope nº 2.

6.4.4. O envelope deverá ser providenciado pela própria 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.

6.5. ENVELOPE Nº 4 – Da apresentação da <u>Proposta de Preços</u>

6.5.1. Proposta de Preço deverá ser entregue à Comissão de Contratação acondicionada no Envelope nº 4, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

ENVELOPE Nº 4 – PROPOSTA DE PREÇO CONCORRÊNCIA Nº 017/2026 NOME DA EMPRESA ENDEREÇO DA PROPONENTE E-MAIL DA PROPONENTE

6.5.2. O Envelope nº 4 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

6.5.3. O envelope deverá ser providenciado pela própria 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.

6.5.4. **<u>NÃO</u>** poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (Envelope 1) e possibilite a identificação da autoria deste.

6.6. ENVELOPE Nº 5 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO:

6.6.1. Do envelope contendo a "Documentos de Habilitação" deverão constar os seguintes dizeres:

ENVELOPE Nº 5 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 017/2026 NOME DA PROPONENTE ENDEREÇO DA PROPONENTE E-MAIL DA PROPONENTE

6.6.1.1. O Envelope nº 05 – Documentos de Habilitação deverá ser entregue apenas pelas licitantes cujas Propostas Técnicas e de Preços tenham sido classificadas, mediante convocação via publicação ou comunicado oficial pela Comissão de Contratação, em local indicado no preâmbulo deste Edital.

6.6.2. Os documentos de habilitação apresentados em meio impresso no **Envelope nº 5** deverão ser acompanhados de cópia fiel em meio eletrônico, em formato PDF, acondicionada em dispositivo de armazenamento destinado exclusivamente à documentação de habilitação.

6.6.3. O dispositivo eletrônico previsto no item anterior integrará exclusivamente o Envelope nº 5, não se aplicando esta exigência ao Envelope nº 1 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

6.6.4. Caso eventualmente ocorra a abertura de um ENVELOPE antes do outro, por falta de informação na parte externa dos ENVELOPES, será aquele novamente lacrado sem análise de seu conteúdo e rubricado o lacre por todos os presentes.

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

7. DO CONTEÚDO DOS ENVELOPES

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

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

7.1.1.1. Raciocínio Básico será desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela, no qual a licitante apresentará diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Prefeitura, sua compreensão do objeto da licitação e, especialmente, do desafio de comunicação definido no Briefing – Anexo II.

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

7.1.1.2.1 Apresentação e defesa ao partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária dos problemas específicos de comunicação do Município de Jundiaí.

7.1.1.2.2 Explicitará e defenderá os principais pontos da estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente: “o que dizer”, “a quem dizer”, “como dizer”, “quando dizer” e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

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

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

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

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

I – Ser apresentados sob a forma de:

a) roteiro, leiaute e ou storyboard impressos, para qualquer meio;

b) protótipo ou “monstro” para peças destinadas a rádio e internet;

c) storyboard animado ou animatic ou storyboard impresso, para TV e cinema.

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

a) Cada redução e ou variação de formato será considerada como uma peça;

b) Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;

c) Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablete, assim como painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, adesivagem de fingers) será considerada como uma peça, se o entendimento da mensagem depender da leitura do conjunto sequencial e uma peça sozinha não transmitir a mensagem completa da comunicação;

d) Um hotsite e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;

e) Um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;

f) Um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

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

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

7.1.1.3.6. Na elaboração do animatic (VTs e filmes) poderão ser usadas imagens estáticas ou em movimento (estas desde que geradas por IA ou banco de imagens) bem como locução, trilha e voz de personagem.

7.1.1.3.7. Cada exemplo de peça e/ou material deverá trazer indicação sucinta de sua natureza, a exemplo de "cartaz", "filme TV", "spot rádio", "anúncio revista" ou "monstro internet", destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e/ou materiais prevista no **subitem 7.1.1.3.1** deste Edital.

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

a) storyboards animados e animatics, para TV e cinema: avi, mov. Wmv, mpeg, vob; MP4;

b) protótipos e monstros, para rádio: mp3, wma;

c) protótipos e monstros, para internet: pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov., MP4.

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

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

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

a) justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida pela licitante e com a verba referencial estabelecida no **Briefing – Anexo II**;

b) Simulação do plano de distribuição com todas as peças e ou material constantes da relação prevista no subitem 7.1.1.3.1.

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

a) período de distribuição das peças e ou material;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

d) Para veículos e plataformas digitais que não possuam tabela pública de preços ou que adotem contratação por leilão, desempenho ou audiência, a licitante deverá indicar o valor de investimento, o modelo de compra e métricas.

A compra de espaço, impressões, visualizações, cliques ou outras unidades de publicidade em plataformas digitais será classificada como veiculação de mídia. Serão consideradas formas inovadoras de comunicação apenas as soluções tecnológicas, interativas ou experimentais que ultrapassem a simples aquisição de espaço ou audiência e que sejam diretamente vinculadas à expansão dos efeitos da ação publicitária.

7.2. Envelope 2 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIO – VIA IDENTIFICADA

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

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

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

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

a) A relação nominal dos seus principais clientes na data da apresentação das Propostas, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

b) A quantificação e a qualificação dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

b1) A qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais;

b2) os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia da Prefeitura.

c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato.

d) A sistemática de atendimento e os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

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

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

7.3.3. REPERTÓRIO

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

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

a) as peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2021;

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

c) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas) em formato A3 ou A4, dobradas ou não, para ambos os casos.

d) as peças e ou material não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a PREFEITURA seja ou tenha sido signatário;

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

7.3.3.2. A apresentação de peças e ou material em número inferior ao exigido no subitem 7.3.3.1.1 implica, para este quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.

7.3.3.3. A proporcionalidade prevista no subitem anterior será obtida mediante regra de três simples, tomando-se como referência a pontuação máxima de **10 (dez) pontos atribuídos ao quesito Repertório no quadro constante do item 8.3 deste Edital**.

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

7.3.4 RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

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

7.3.4.1.1. As propostas de que trata o subitem 7.3.4.1 devem ter recebido a autorização para sua produção ou terem sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2021.

7.3.4.1.2. A apresentação de apenas 01 (um) Relato de Solução de Problema de Comunicação implicará, para este quesito, pontuação máxima de **5 (cinco) pontos**, correspondente à metade da pontuação máxima de 10 (dez) pontos atribuídos ao quesito “Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação” no item 8.3 deste Edital.

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

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

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

7.3.4.2 Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 03 (três) peças e ou material não computados no limite de páginas a que se refere o subitem 7.3.4.1 independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

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

b) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico mencionado no subitem 7.3.3.1, ou serem apresentadas separadamente (soltas), em formato A3 ou A4, dobradas ou não, para ambos os casos, preservadas, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais:

c) para cada peça e/ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com os dados técnicos de promoção e/ou veiculação (título da peça, meio, data de produção e período de veiculação/distribuição). A ficha técnica não contará no cômputo do limite de 2 (duas páginas do relato).

7.4. Envelope 4 – Elaboração da Proposta de Preços

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

a) à produção e à execução técnica de peça e ou material;

b) o planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas;

c) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias

d) à intermediação na contratação de mídia digital, no caso em que os veículos não remunerem a agência pelo desconto de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei 4.680/65 e

e) o desconto a ser concedido nos custos internos, calculados sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do **Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo,** observando-se ainda que se destina a atender a exequibilidade do contrato, adotando-se os preços de mercado, estabelecidos referencialmente pelas Normas-Padrão da Atividade Publicitária, incorporadas ao sistema legal por força do disposto no Decreto n. 4563/2002 e do disposto no inciso V do artigo 6º da lei 12.232/2010, que dispõe que na apresentação da proposta de preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário, evitando-se a inexequibilidade do contrato administrativo que vier a ser firmado:

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

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

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

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

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

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

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

7.4.4 A avaliação das Propostas de Preços observará os critérios de pontuação definidos no item 8.12 deste Edital, considerando-se, conforme o caso, mais vantajosos os menores percentuais de honorários ou remuneração e o maior percentual de desconto sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do SINAPRO/SP. Será considerada mais bem classificada na avaliação de preços a proposta que obtiver a maior Nota Final da Proposta de Preços – NFPP.

7.4.5 O prazo de validade da Proposta de Preço deverá ser de, no mínimo, **120 (cento e vinte) dias**, a contar da data da abertura da reunião de licitação, indicada na epígrafe deste Edital.

7.5. Todas as correspondências, informações e comunicações relativas aos procedimentos da licitação deverão estar redigidos em língua portuguesa, idioma oficial deste procedimento, e ter os valores expressos em moeda corrente nacional (R$).

7.6. As proponentes interessadas são responsáveis por todos os custos e esforços relacionados à preparação e à apresentação dos ENVELOPES, isentando-se o Município de Jundiaí, em qualquer hipótese, de tais custos, quaisquer que sejam os procedimentos adotados nesta Concorrência ou seus resultados.

8. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TECNICAS E COMERCIAL

A) Do julgamento da Proposta técnica:

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

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

8.2.1. Plano de Comunicação Publicitária

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

a) Das funções e do papel da PM nos contextos social, político e econômico;

b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da PM com seus públicos;

c) Das características da PM e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;

d) Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;

e) Do desafio de comunicação expresso no Briefing;

f) Das necessidades de comunicação da PM para solucionar esse desafio.

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

a) A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da PM e a seu desafio de comunicação;

b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;

c) A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da PM com seus públicos;

d) A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação expresso no Briefing;

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

f) A capacidade de articular os conhecimentos sobre a PM, o mercado no qual se insere, seu desafio de comunicação, seus públicos, os objetivos de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível.

8.2.1.3. Ideia Criativa (máximo de 20 pontos)

a) Sua adequação ao desafio de comunicação expresso no Briefing;

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

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

d) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

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

f) Simplicidade da forma sob a qual se apresenta;

g) Sua pertinência às atividades da PM e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;

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

i) A exequibilidade das peças e/ou do material;

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

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

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

b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;

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

d) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da PM;

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

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

8.2.2. Capacidade de Atendimento (máximo de 15 pontos)

a) a compatibilidade, a diversidade, a complexidade e a contemporaneidade dos serviços prestados aos clientes atuais da licitante, sem atribuição de pontuação em razão do porte econômico, notoriedade, localização ou natureza pública ou privada do cliente.

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

c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da PM;

d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição na execução do Contrato;

e) A operacionalidade do relacionamento entre a PM e a licitante, esquematizado na proposta;

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

8.2.3. Repertório (máximo de 10 pontos)

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

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

c) A clareza da exposição das informações prestadas;

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

a) A evidência de planejamento publicitário;

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

c) A relevância dos resultados apresentados;

d) A concatenação lógica da exposição.

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

Quesitos/Subquesitos	**Pontos**
Plano de Comunicação Publicitária	65

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

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

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

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

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

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

8.3.6. O Anexo IV conterá, para cada quesito e subquesito, descritores objetivos de desempenho e as respectivas faixas de pontuação, distinguindo, no mínimo, as avaliações excelente, boa, regular e insuficiente.

8.4 Será desclassificada a Proposta que:

a) descumprir exigência legal ou formal essencial prevista no edital;

b) permitir a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada antes do momento legalmente previsto;

c) deixar de apresentar qualquer dos quesitos obrigatórios da proposta técnica;

d) contiver elemento manifestamente incompatível com o briefing ou com o objeto da contratação, mediante decisão expressamente motivada.

e) praticar ato objetivamente comprovado destinado a quebrar o anonimato, obter acesso indevido a proposta concorrente ou interferir ilicitamente no julgamento.

B) Do julgamento da Proposta de Preços

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

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

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

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

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

a) honorários sobre serviços externos de produção intermediados pela agência**;**

b) honorários sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento como a intermediação e supervisão da agência;

c) honorários sobre formas inovadoras de comunicação publicitária com a intermediação e supervisão da agência;

d) remuneração sobre o valor da mídia digital contratada por intermédio da agência, quando o veículo não remunere está com o desconto de agência;

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

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

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

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

8.11 A proposta de política de preços deverá levar em consideração que a Prefeitura efetuará o pagamento no prazo de 30 dias a contar do recebimento da nota fiscal.

8.12. Os preços ofertados pela licitante devem incluir todos os custos diretos e indiretos relativos aos objetos deste instrumento convocatório, inclusive materiais de uso e consumo para consecução dos serviços, assessoria de marketing, planejamento, criação, mão-de-obra, bem como todos os encargos tributários sociais, trabalhistas, previdenciários, securitários ou quaisquer outros custos decorrentes ou que venham a ser

devidos em razão do objeto deste edital, não cabendo ao órgão contratante custos adicionais.

8.12.1. A Classificação se dará da seguinte forma:

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

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

b) percentual de honorários sobre o planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas, com a intermediação e supervisões da agência.

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

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

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

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

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

e) desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, fixados nos limites estabelecidos nos quesitos 7.4

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

10	De 30% a 39%

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

NFPP= Nota final da Proposta de Preço

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

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

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

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

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

$$NFPP= D1+D2+D3+D4+D5$$

8.12.1.2. Para fins de apuração da Nota Final da Proposta de Preço (NFPP), os resultados serão considerados com **02 (duas) casas decimais**, aplicando-se a seguinte regra de arredondamento:

I – Quando o terceiro algarismo decimal for **igual ou superior a 5 (cinco)**, a segunda casa decimal será arredondada para o número imediatamente superior;

II – Quando o terceiro algarismo decimal for **inferior a 5 (cinco)**, será mantida a segunda casa decimal, desprezando-se as demais.

c) DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

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

PF = (NFPT X 0,70) + (NFPP X 0,30), onde:

PF = Pontuação final

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica

NFPP = Pontuação relativa à proposta de preço

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

a) Estratégia de Comunicação Publicitária;

b) Ideia Criativa;

c) Raciocínio Básico

d) Estratégia de Mídia e Não Mídia

8.15. Persistindo o empate após o esgotamento de todos os critérios e preferências legalmente previstos, será realizado sorteio entre as licitantes empatadas, em sessão pública conduzida pela Comissão Especial de Contratação, com registro circunstanciado em ata.

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

9. DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

9.1. Os documentos deverão preferencialmente ser apresentados **ordenadamente** e numerados sequencialmente por item editalícios que contém a exigência de apresentação, de modo a facilitar a análise.

9.2. Os documentos necessários à habilitação poderão ser apresentados em original ou, por qualquer processo de cópia autenticada por Cartório competente ou por servidor da Administração Pública ou, por publicação em órgão de imprensa oficial, ou ainda, extraídos via internet, sujeitos à consulta e aceitação condicionada à verificação de sua veracidade via Internet.

9.2.1. Se a licitante estiver dispensada por lei de qualquer documento exigido neste Edital, deverá apresentar declaração fundamentada neste sentido.

9.2.2. Em se tratando de filial, os documentos de regularidade fiscal deverão estar em nome da filial, exceto aqueles que, pela própria natureza são emitidos somente em nome da matriz.

9.3. Para efeito de validade dos documentos de regularidade fiscal, se outro prazo não constar de ato normativo ou do próprio documento, será considerado o período de 06 (seis) meses entre a data de sua expedição e a DATA DE ENTREGA DOS ENVELOPES.

9.3.1. Fica facultada à Comissão a verificação da validade das certidões, caso haja necessidade, por meio de consulta ao processo referente ao cadastramento.

9.4. A prova de regularidade deverá ser feita por Certidão Negativa ou Certidão Positiva com efeitos de Negativa.

9.5. DOCUMENTAÇÃO RELATIVA À HABILITAÇÃO JURÍDICA

9.5.1. Registro comercial, no caso de empresa individual; ou

9.5.2. Ato constitutivo e alterações subsequentes, ou contrato consolidado, devidamente registrado, em se tratando de sociedade empresária acompanhado de documentos de eleição de seus administradores; ou

9.5.3. Inscrição no Registro Civil de Pessoas Jurídicas do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada dos nomes e endereços dos diretores em exercício.

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

9.6. REGULARIDADE FISCAL:

9.6.1. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ/ME;

9.6.2 - Certidão de Regularidade junto ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - F.G.T.S., fornecido pela Caixa Econômica Federal.

9.6.3 Certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por ela administrados, inclusive créditos tributários relativos às contribuições sociais, conforme Portaria Conjunta RFB/PGFN nº 1.751 de 02 de outubro de 2014.

9.6.4 Certidão de Regularidade de situação quanto aos encargos tributários Estaduais, expedido pela Secretaria da Fazenda ou Procuradoria Geral do Estado do domicílio ou sede da licitante **ou** declaração de isenção ou de não incidência assinada pelo representante legal da licitante, sob as penas da lei, quando não houver obrigatoriedade de inscrição da empresa, conforme Modelo **ANEXO I - A**.

9.6.5 Certidão de Regularidade de situação quanto aos encargos tributários mobiliários Municipais, **ou** declaração de isenção ou de não incidência assinada pelo representante legal da licitante, sob as penas da lei, quando não houver obrigatoriedade de inscrição da empresa, conforme Modelo **ANEXO I - B**.

9.6.6 Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943, conforme disposto na Lei nº 12.440, de 7 de julho de 2011.

9.7. DA QUALIFICAÇÃO TÉCNICA:

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

9.7.2. A licitante deverá apresentar um ou mais atestados emitidos por pessoa jurídica de direito público ou privado que comprovem a execução de serviços integrados de publicidade compatíveis com as atividades previstas no art. 2º, caput e § 1º, da Lei Federal nº 12.232/2010.

9.8. DA QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA:

9.8.1. Certidão Negativa de Falência, expedida pelo Distribuidor da sede da licitante, ou de seu domicílio, dentro do prazo de validade previsto na própria certidão, ou na omissão desta, com antecedência máxima de **180 (cento e oitenta)** dias contados da sua apresentação.

9.8.1.1. Para as licitantes sediadas ou domiciliadas no Estado de São Paulo, a Certidão Negativa de Falência, Concordata, Recuperação Judicial e Extrajudicial emitida pelo sistema e-SAJ/TJSP deverá ser apresentada conjuntamente com a certidão complementar de distribuição emitida pelo sistema eproc/TJSP, na opção “Comarcas e Turmas Recursais — Primeiro Grau — Cível”, ou outra que venha a substituí-la oficialmente, observados os mesmos prazos de validade previstos no subitem 9.8.1. A exigência complementar decorre da implantação gradual do sistema eproc no âmbito do TJSP, devendo a documentação abranger tanto os registros constantes do sistema legado quanto aqueles eventualmente distribuídos no novo sistema eletrônico.

9.8.2. Prova de Capital Social ou Patrimônio Líquido mínimo de R$ 267.000,00 (duzentos e sessenta e sete mil reais), equivalente a 3% (três por cento) do valor do contrato administrativo decorrente desta licitação, devendo a comprovação ser feita relativamente à data da apresentação da proposta, na forma da lei (artigo 69, parágrafo 4º da Lei 14.133/21)

9.8.3. Balanço patrimonial dos dois últimos exercícios sociais, observada a exceção disposto no parágrafo 6º. do artigo 69 da Lei n. 14.133/21, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de três meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

9.9. OUTRAS DECLARAÇÕES (MODELO CONSTANTE DO ANEXO VI):

9.9.1. A licitante deverá apresentar **Declaração Única**, devidamente assinada por seu representante legal, conforme modelo constante do **Anexo VI**, contemplando as declarações relativas ao atendimento dos requisitos de habilitação, inexistência de impedimentos, cumprimento das normas relativas ao trabalho de menores e à reserva legal de cargos, integralidade dos custos trabalhistas, conhecimento e aceitação das condições do certame e veracidade das informações prestadas.

a) que analisados os elementos anexos ao Edital, os mesmos são suficientes para a elaboração da proposta;

b) que não outorga trabalho noturno, perigoso ou insalubre a menor de 18 (dezoito) anos, e qualquer trabalho a menor de 16 (dezesseis) anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (catorze) anos, em cumprimento ao disposto no inciso XXXIII do artigo 7º da Constituição Federal.

c) que tem pleno conhecimento e aceitação das regras e das condições gerais da contratação, constantes do procedimento;

d) que não se enquadra em nenhuma das vedações de participação na licitação constantes nas cláusulas deste Edital;

e) que não mantem vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função no procedimento de seleção e 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;

f) que se obriga a manter, durante todo o período da contratação, objeto deste certame, as condições de habilitação e qualificação exigidas para participação neste certame, e de que mantém íntegra a sua idoneidade perante os órgãos das Administrações Públicas Federal, Estadual e Municipal.

g) que inexistem fatos impeditivos para contratar com a Administração Pública;

h) que a proposta 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 das propostas;

i) que inexistem fatos impeditivos para sua habilitação no certame, ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores;

j) que cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas especificas.

k) que cumpre as normas relativas à saúde e segurança do trabalho, nos termos do artigo 117, parágrafo único, da Constituição Estadual; e

l) que possui o compromisso de cessão total e definitiva dos direitos patrimoniais decorrentes de uso de ideias, peças e demais materiais de comunicação, de sua propriedade, criados e/ou produzidos em função do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional, mesmo após a vigência do referido contrato, excluídos os casos legislados pelo direito autoral.

9.10. Se a empresa classificada em primeiro lugar desatender às exigências dos documentos de habilitação, ela será inabilitada do certame e o responsável pelo procedimento examinará a documentação da licitante subsequente, na ordem de classificação e assim sucessivamente, até a apuração de uma proposta que atenda plenamente o certame, sendo a respectiva licitante declarada vencedora.

9.11. Os documentos deverão ser apresentados em linguagem clara, sem emendas, rasuras, entrelinhas ou ressalvas.

EMPRESAS CADASTRADAS:

9.12. As empresas **cadastradas** poderão apresentar os seguintes documentos:

9.12.1. Certificado de Registro Cadastral (C.R.C.) deste Município de Jundiaí ou do **Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores do Governo Federal (SICAF)**, pertinente e compatível com o objeto da presente licitação, no limite de sua validade na data prevista para apresentação dos documentos.

9.12.1.1. Além da data de validade no Certificado de Registro Cadastral ou do SICAF, a licitante deverá observar se as certidões constantes no corpo do próprio Certificado se encontram dentro do seu prazo de vigência quando da entrega dos documentos para habilitação.

9.12.1.2. Se vigentes, deverão estar discriminadas no próprio certificado para conferência. As certidões a que se refere esta cláusula são: prova de regularidade para com as Fazendas Nacional (RFN/PGFN), Estadual e Municipal (Mobiliário) quando for o caso, a Justiça do Trabalho, o FGTS e a Falência.

9.12.1.3. Na hipótese de haver certidão(ões) apresentada(s) para o cadastramento da empresa que esteja(am) com seu prazo de validade expirado quando da entrega dos documentos para habilitação, caberá à licitante providenciar a devida atualização dessa(s) certidão(ões) e anexá-la(s) juntamente com os documentos para habilitação.

9.12.2. Além do Certificado de Registro Cadastral deste Município de Jundiaí ou do SICAF, as empresas cadastradas deverão apresentar:

a) Em CASO DE SICAF – (Certidão Negativa de Falência);
b) 9.9 (declarações);

9.13. Procedimentos de Verificação:

9.13.1. Como condição prévia ao exame da documentação de habilitação do licitante detentor da proposta classificada em primeiro lugar, o Responsável pelo Procedimento Licitatório verificará o eventual descumprimento das condições de participação, especialmente quanto à existência de sanção que impeça a participação no certame ou a futura contratação, mediante consulta aos seguintes cadastros:

a) Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas - CEIS, mantido pela Controladoria-Geral da União (www.portaldatransparencia.gov.br/ceis);

b) Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Atos de Improbidade Administrativa, mantido pelo Conselho Nacional de Justiça (www.cnj.jus.br/improbidade_adm/consultar_requerido.php)

c) Relação de apenados disponível no Portal do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo TCESP – (https://www.tce.sp.gov.br/pesquisa-na-relacao-de-apenados);

d) SICAF - https://sicafdigital.com.br/

9.13.1.1. Constatada a existência de sanção impeditiva de participação, o responsável pelo procedimento licitatório reputará o licitante inabilitado, por falta de condição de participação.

10. DO PROCESSAMENTO E SANEAMENTOS DE FALHAS:

10.1. Esta Concorrência será processada pela Comissão Especial de Contratação, denominada neste Edital Responsável pelo Procedimento, ressalvadas as atribuições privativas da **Subcomissão Técnica**, especialmente quanto à análise e ao julgamento das Propostas Técnicas, podendo ambas, no âmbito de suas respectivas competências, ser subsidiadas pelas unidades técnicas do Município.

10.2. A Comissão de Contratação poderá solicitar auxílio da consultoria jurídica do município, bem como de outros membros da Administração Pública Municipal que não integrem esta Comissão.

10.3. No desempenho de suas funções, a Comissão de Contratação poderá ainda valer-se, caso necessário, do auxílio de terceiros, prestadores de serviços técnicos especializados, especialmente para a análise dos documentos exigidos neste EDITAL.

10.4. As sessões públicas para abertura dos envelopes serão gravadas em áudio e vídeo, bem como registradas em Ata a ser elaborada durante as sessões e que serão devidamente assinadas pelos presentes.

10.4.1. Em atendimento ao art. 17, § 2º da Lei Federal n.º 14.133/2021, a sessão pública deverá ser registrada em ata e com gravação em áudio e vídeo, a qual será juntada aos autos do processo administrativo em epígrafe para acesso público.

10.4.1.1. A simples participação expressa sua concordância com a gravação em áudio e vídeo da sessão pública, conforme estabelecido no artigo 17 da Lei nº 14.133/2021. Reconhecemos que tal medida visa garantir a transparência, a segurança e a integridade do processo licitatório, assegurando que todos os atos sejam devidamente documentados e resguardados para eventuais consultas ou auditorias futuras. A licitante está ciente e de acordo que a gravação é um requisito obrigatório e se compromete a respeitar as diretrizes estabelecidas para a sessão.

10.5. O Responsável pelo Procedimento pode, a seu critério, em qualquer fase deste procedimento, promover diligência destinada a esclarecer ou a complementar a instrução desta Concorrência, nos termos do art. 64, § 1º, da Lei Federal nº 14.133/2021.

10.5.1. Poderá ser admitida, mediante decisão fundamentada do Responsável pelo Procedimento, a apresentação de novos documentos de habilitação para:

a) a aferição das condições de habilitação da licitante decorrentes de fatos existentes à época da abertura do certame;

b) atualização de documentos cuja validade tenha expirado após a data de recebimento das propostas;

10.5.2. A apresentação de documentos complementares ou substitutivos será realizada nos termos do item 10.5.1 e, findo o prazo dado pela Comissão de Contratação sem o envio da nova documentação, restará preclusa essa oportunidade conferida ao licitante.

10.6. A licitante é responsável pela veracidade das informações prestadas e dos documentos apresentados, sujeitando-se às sanções previstas nas legislações civil, administrativa e penal.

10.7. Para efeito dos subitens acima, fica estipulado o prazo de até 02 (dois) dias úteis, a ser definido pelo Responsável pelo Procedimento, conforme as circunstâncias do caso concreto e a celeridade do procedimento para a apresentação de informações ou a complementação, pelo proponente, de insuficiências ou de correções de caráter formal.

10.8 Considera-se falha ou defeito formal passível de saneamento aquele que:

a) não altere a substância do documento apresentado nem sua validade jurídica;

b) permita à Administração aferir, com segurança, mediante diligência, a informação ou condição que o documento se destinava a comprovar;

c) não implique apresentação extemporânea de condição ou fato inexistente na data juridicamente relevante.

10.9. Os esclarecimentos e as informações prestadas por quaisquer das PARTES terão sempre a forma escrita.

10.10. A Comissão de Contratação analisará os Documentos de Habilitação e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos.

10.10.1. Caso nenhuma licitante reste habilitada, a Comissão Especial de Contratação verificará, mediante decisão fundamentada, a possibilidade de saneamento das falhas exclusivamente nas hipóteses admitidas pelo art. 64 da Lei Federal nº 14.133/2021. Persistindo a inabilitação de todas as licitantes após as diligências legalmente admissíveis, serão adotadas as providências cabíveis para a declaração do insucesso do certame, vedada a apresentação de documento destinado a comprovar condição inexistente na data juridicamente exigível.

11. DO PROCESSAMENTO DA LICITAÇÃO E ABERTURA DOS ENVELOPES

11.1. Os invólucros nº 1, 2, 3 e 4 serão recebidos na data, no horário e no local indicados no preâmbulo.

11.1.1. O invólucro nº 1 e seu conteúdo não serão rubricados, numerados, etiquetados, codificados ou marcados pela Comissão, pelos representantes das licitantes ou por qualquer agente público.

11.1.2. Poderão ser rubricados externamente os invólucros nº 2, 3 e 4, sem prejuízo de sua inviolabilidade.

11.1.3. Somente os conteúdos dos invólucros nº 1 e nº 3 serão encaminhados à Subcomissão Técnica, em momentos e condições que preservem o anonimato do Plano

de Comunicação Publicitária. Os invólucros nº 2 e nº 4 permanecerão fechados e sob guarda da Comissão de Contratação.

11.1.4. Não havendo expediente ou ocorrendo qualquer fato superveniente que impeça a realização do certame na data marcada, a sessão será automaticamente transferida para o primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário e local anteriormente estabelecido, desde que não haja comunicação da Comissão de Contratação em contrário.

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

11.2. Abertura da sessão pública de licitação será realizada no dia, hora e local previsto no preâmbulo deste Edital.

11.2.1. A realização presencial do certame decorre das particularidades do procedimento estabelecido pela Lei Federal nº 12.232/2010, especialmente da necessidade de preservação do anonimato da Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária. Todas as sessões públicas serão registradas em ata circunstanciada e gravadas em áudio e vídeo, sendo os respectivos arquivos juntados ao processo administrativo.

11.3. Serão realizadas reuniões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação em vigor.

11.4. Serão lavradas atas circunstanciadas das sessões públicas, as quais serão assinadas pelos membros da **Comissão Especial de Contratação**, conforme o caso, e pelos representantes das licitantes presentes, sem prejuízo do registro em áudio e vídeo previsto neste Edital.

11.5. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no item 5 deste Edital.

11.6. Os representantes das licitantes presentes poderão nomear uma comissão constituída de alguns entre eles para rubricar os documentos nas diversas reuniões públicas, decisão que constará da respectiva ata.

11.7. A Comissão de Contratação e a Subcomissão técnica, conforme o caso, poderão, no interesse do certame, solicitar esclarecimentos complementares a qualquer proponente, que serão formulados por escrito e deverão ser respondidos na mesma forma, sendo concedido prazo para tal providência.

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

11.9. DA PRIMEIRA SESSÃO:

11.9.1. A primeira sessão pública será realizada no local, dia e hora previstos no preâmbulo deste Edital e terá basicamente a seguinte pauta:

I. identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no Item 5;
II. receber os Envelope n.º 1, 2, 3 e 4

III. conferir se os Envelopes n. º1 apresentam em sua parte externa alguma menção que identifique a empresa licitante, ocorrência que impedirá a Comissão de Contratação de receber todos os seus envelopes;
IV. abrir os Envelopes nº 01 e 03.

11.9.2. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos envelopes com as Propostas Técnicas e de Preços, conforme parágrafo 1º, do artigo 11, da Lei Federal nº 12.232/2010.

11.9.3. O Envelope nº 1 somente será recebido se estiver em absoluta conformidade com as exigências de anonimato e padronização deste Edital. A presença de nome, timbre, etiqueta, marca, sinal, palavra, marca-d'água, relevo, dobradura atípica, deformação, dano ou qualquer elemento externo que permita identificar direta ou indiretamente a licitante implicará a recusa do envelope e a desclassificação da respectiva proposta, devendo a ocorrência ser circunstanciadamente registrada em ata.

11.9.4. A Comissão de Contratação e todos os licitantes presentes não lançarão nenhum código, sinal ou marca nos envelopes padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

11.9.5. O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:

a) abertura do Envelope nº 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, e do Envelope nº 03, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
b) encaminhamento dos Envelope nº 01, com as vias não identificadas dos Planos de Comunicação Publicitária à Subcomissão Técnica;
c) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos Planos de Comunicação Publicitária, elaboração da ata de julgamento e encaminhamento à Comissão de Contratação das propostas, da planilha com as pontuações e da justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;
d) encaminhamento dos Envelope nº 03 com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação à Subcomissão Técnica;
e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, elaboração da ata de julgamento e encaminhamento à Comissão de Contratação das propostas, da planilha com as pontuações e da justificativa escrita das razões que as fundamentaram em casa caso.

11.10. DA SEGUNDA SESSÃO:

11.10.1. Após receber os relatórios de julgamento das Propostas Técnicas (envelopes 1 e 3) respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão de Contratação designará nova data e horário para realização da segunda sessão pública que terá a seguinte pauta:

a) identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante na sessão anterior, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no item 5.

b) abertura do receptáculo que contém exclusivamente os Invólucros nº 2, referentes às vias identificadas dos Planos de Comunicação Publicitária.

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

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

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

11.10.3. Do resultado do julgamento das Propostas Técnicas, inclusive quanto à classificação ou desclassificação das licitantes, caberá recurso administrativo no prazo de **3 (três) dias úteis**, na forma prevista no item 3.7 deste Edital.

11.10.3.1. Havendo desistência expressa de todos os concorrentes, do direito de interpor recurso, o que constará em Ata, a Comissão de Contratação dará prosseguimento ao certame.

11.11. DA TERCEIRA SESSÃO:

11.11.1. Decididos os recursos, ou, ainda, transcorrido o prazo para sua interposição, a Comissão de contratação designará nova data e horário para a sessão de abertura das Propostas de Preço – **Envelope 4** das Licitantes classificadas. A sessão pública terá a seguinte pauta:

a) identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante nas sessões anteriores, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no item 5.

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

c) Julgamento das Propostas de Preços, com a apuração da respectiva Nota Final da Proposta de Preços – NFPP, de acordo com os critérios, quadros e fórmula previstos no item 8.12 deste Edital, registrando-se em ata a pontuação obtida por cada licitante e a correspondente ordem de classificação.

e) do resultado do julgamento das Propostas de Preços caberá recurso administrativo no prazo de **3 (três) dias úteis**, na forma do item 3.7 deste Edital.

11.12. DA QUARTA SESSÃO:

11.12.1. Decididos os recursos, ou, ainda, transcorrido o prazo para sua interposição, a Comissão de Contratação designará nova data e horário para a sessão de recebimento e abertura dos documentos de Habilitação – **Envelope 5** das Licitantes classificadas. A sessão pública terá a seguinte pauta:

a) identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante nas sessões anterior, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no item 5

b) recebimento e abertura dos **envelopes 5,** das licitantes classificadas e decidir sobre a habilitação, conforme previsto nos artigos 62 e seguintes da Lei 14.133/21 e exigências fixadas no Edital.

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

d) do resultado da habilitação ou inabilitação caberá recurso administrativo no prazo de **3 (três) dias úteis**, na forma prevista no item 3.7 deste Edital.

11.12.1. Encerrado o julgamento final das propostas e decididos os recursos, será convocada inicialmente a licitante classificada em primeiro lugar para apresentação dos documentos de habilitação. Caso seja inabilitada, serão convocadas sucessivamente as licitantes remanescentes, observada a ordem de classificação, até que se apure licitante habilitada.

12. DA ADJUDICAÇÃO, HOMOLOGAÇÃO E FORMALIZAÇÃO DO CONTRATO

12.1. Após o julgamento a Comissão de Contratação encaminhará o processo à autoridade competente para, a seu critério, Adjudicar e Homologar o objeto do certame à empresa vencedora e, após, a adjudicatária será convocada para assinar e retirar o Contrato.

12.2. As condições, obrigações, direitos e demais cláusulas do instrumento contratual constam da minuta integrante do **Anexo VII** deste Edital..

12.3. Após a homologação, o licitante vencedor será convocado para assinar o termo de contrato, quando for o caso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis contados da convocação, sob pena de decair o direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas na Lei nº 14.133, de 2021, no edital e em outras legislações aplicáveis.

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

12.3.2. Em conformidade com a Instrução Normativa nº 02, de 26 de janeiro de 2023, os termos (ou instrumentos) de contratos, aditivos, rescisões, apostilamentos e notas de empenho correspondentes a contratações públicas decorrentes de processo de licitação serão assinados preferencialmente por meio de assinatura eletrônica com certificado digital em âmbito da Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileiras.

12.3.3. Nos casos específicos em que ocorrer a impossibilidade de qualquer das partes envolvidas na contratação em realizar a assinatura por meio eletrônico, será permitida a realização de assinatura por meio físico, desde que devidamente justificada tal necessidade no processo administrativo correspondente, com a aprovação da Unidade de Gestão de Administração e Gestão de Pessoas – UGAGP, por meio das Diretorias de Contratação e/ou Compras Governamentais.

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

12.5. Quando, nos termos previstos no artigo 90 da Lei 14.133/21, o instrumento contratual for autorização de fornecimento/execução de serviços, será convocada a licitante vencedora do certame para assinar o termo do contrato. Será facultado à Administração, quando o convocado não assinar o termo de contrato ou não aceitar ou não retirar o instrumento equivalente no prazo e nas condições estabelecidas, convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a celebração do contrato nas condições propostas pelo licitante vencedor.

12.6. A contratada deverá prestar garantia no valor de 5% (cinco por cento) do valor do contrato, no ato da assinatura, em conformidade com a legislação vigente.

12.7. A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato ou a ata de registro de preço, ou em aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pelo Município de Jundiaí caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida e o sujeitará às penalidades legalmente estabelecidas e à imediata perda da garantia de proposta em favor do órgão ou entidade promotora da licitação, se apresentada.

12.7.1. A regra do item 12.7. não se aplicará aos licitantes remanescentes

12.8. Preenchidas todas as condições precedentes exigidas, será providenciada a assinatura do contrato e a publicação do seu extrato na Imprensa Oficial do Município de Jundiaí, ocasião em que o Município de Jundiaí poderá emitir a Ordem de Serviço.

14. DA FISCALIZAÇÃO E DO RECEBIMENTO PROVISÓRIO E DEFINITIVO:

Da Fiscalização:

14.1. O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e as normas da Lei nº 14.133, de 2021, e cada parte responderá pelas consequências de sua inexecução total ou parcial.

14.2. Em caso de impedimento, ordem de paralisação ou suspensão do contrato, o cronograma de execução será prorrogado pelo tempo correspondente, anotadas tais circunstâncias mediante simples apostila.

14.3. As comunicações entre a Secretaria Municipal requisitante e a contratada devem ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

14.4. A Secretaria Municipal requisitante poderá convocar o preposto da empresa para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato.

14.5. Após a assinatura do contrato ou instrumento equivalente, a Secretaria Municipal requisitante poderá convocar o representante da empresa contratada para reunião inicial para apresentação do plano de fiscalização, que conterá informações acerca das obrigações contratuais, dos mecanismos de fiscalização, das estratégias para execução

do objeto, do plano complementar de execução da contratada, quando houver, do método de aferição dos resultados e das sanções aplicáveis, dentre outros.

14.6. Fiscalização do cumprimento das reservas legais de cargos

14.6.1. Sem prejuízo das demais verificações, o Município deverá fiscalizar, durante toda a execução contratual, o cumprimento, pela contratada, das reservas legais de cargos para aprendizes, pessoas com deficiência e reabilitados da Previdência Social, nos termos do art. 116 da Lei nº 14.133/2021 e do Decreto Municipal nº 35.910/2026.

14.6.2. A contratada deverá comprovar o atendimento às cotas sempre que solicitada, mediante documentação idônea por ela emitida, inclusive com a indicação nominal dos empregados que preencham as vagas reservadas, na forma do art. 2º do Decreto Municipal nº 35.910/2026.

14.6.3. A fiscalização poderá requisitar, a qualquer tempo, informações e documentos complementares aptos a evidenciar o atendimento às reservas legais (por exemplo: relatórios do e-Social/CAGED, GFIP/SEFIP, quadro de pessoal por função, laudos comprobatórios da condição de PCD quando for o caso, e comprovação de programas de aprendizagem), observada a legislação de proteção de dados e o sigilo de informações sensíveis.

14.6.4. Constatado descumprimento, total ou parcial, das reservas legais, a contratada será notificada para imediata correção, em prazo fixado pela Administração, sem prejuízo da adoção das medidas cabíveis e da aplicação das penalidades previstas na Lei nº 14.133/2021 e no contrato, conforme dispõe o art. 4º do Decreto Municipal nº 35.910/2026.

14.6.5. A manutenção do atendimento às reservas legais constitui obrigação contratual essencial e será considerada pela fiscalização para fins de conformidade da execução, nos termos do disposto neste Termo de Referência.

Rotinas de Fiscalização

14.7. Será acompanhada a execução do contrato, para que sejam cumpridas todas as condições estabelecidas no contrato, de modo a assegurar os melhores resultados para o Município.

14.7.1. Será registrado no histórico de gerenciamento do contrato todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, com a descrição do que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados. (Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, §1º);

14.7.2. Durante a execução do objeto, será monitorado constantemente o nível de qualidade dos serviços para evitar a sua degeneração, haverá intervenção para requerer à contratada a correção das faltas, falhas e irregularidades constatadas.

14.7.3. Na hipótese de comportamento contínuo de desconformidade da prestação do serviço em relação à qualidade exigida, devem ser aplicadas as sanções à contratada de acordo com as regras previstas no ato convocatório.

14.7.4. A fiscalização poderá realizar a avaliação diária, semanal ou mensal, desde que o período escolhido seja suficiente para avaliar ou aferir o desempenho e qualidade, se o caso, da prestação dos serviços.

14.7.5. A fiscalização de que trata esta cláusula não exclui nem reduz a responsabilidade da Contratada, inclusive perante terceiros, por qualquer irregularidade, ainda que resultante de imperfeições técnicas, vícios redibitórios, ou emprego de material inadequado ou de qualidade inferior e, na ocorrência desta, não implica corresponsabilidade do Município de Jundiaí ou de seus agentes, gestores e fiscais, de conformidade.

Do Recebimento do objeto do Contrato

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

a) provisoriamente, pelo responsável por seu acompanhamento e fiscalização, mediante termo detalhado, quando verificado o cumprimento das exigências de caráter técnicos:

b) definitivamente, por servidor ou comissão designada pela autoridade competente, mediante termo detalhado que comprove o atendimento das exigências contratuais.

14.9. Constatadas irregularidades na execução do objeto a Administração poderão:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

14.10.6 O Município de Jundiaí será o único proprietário das peças e demais materiais físicos e/ou digitais oriundos do cumprimento do contrato fruto da licitação, sejam estes passíveis ou não de proteção de Direito de Propriedade Intelectual.

15. DAS CONDIÇÕES DE MEDIÇÃO, LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO:

Medição

15.1. A avaliação da execução do objeto será realizada **mensalmente**.

15.1.1. Será indicada a retenção ou glosa no pagamento, proporcional à irregularidade verificada, sem prejuízo das sanções cabíveis, caso se constate que a Contratada:

15.1.1.1. não produziu os resultados acordados;

15.1.1.2. deixou de executar, ou não executou com a qualidade mínima exigida as atividades contratadas; ou

15.1.1.3. deixou de utilizar materiais e recursos humanos exigidos para a execução do serviço, ou utilizá-los com qualidade ou quantidade inferior à demandada.

15.2. A aferição da execução contratual para fins de pagamento considerará os seguintes critérios:

15.2.1. entregas de campanhas publicitárias, sejam elas de mídia eletrônica, digital, impressas ou outros formatos acordados.

15.3. Liquidação

15.3.1. Recebida a Nota Fiscal ou documento de cobrança equivalente, correrá o prazo de até 10 (dez) dias úteis para fins de liquidação.

15.3.2. Para fins de liquidação, mensalmente, o setor competente deve verificar:

15.3.2.1. Se a Nota Fiscal ou Fatura apresentada expressa os elementos necessários e essenciais do documento, tais como:

a) o prazo de validade;

b) a data da emissão;

c) os dados do contrato e do órgão contratante;

d) o período respectivo de execução do contrato;

e) o valor a pagar; e

f) eventual destaque do valor de retenções tributárias cabíveis.

15.3.2.2. Se a CONTRATADA não possui impedimentos ou proibição de contratar com o Poder Público, no âmbito do órgão ou entidade, bem como ocorrências impeditivas indiretas.

15.3.2.3. Se a CONTRATADA mantém as condições de habilitação exigidas no edital.

15.3.3. Destaques a serem realizados na Nota Fiscal:

15.3.3.1. Quando da emissão da Nota Fiscal ou Fatura correspondente, a CONTRATADA deverá discriminar na Nota Fiscal ou Fatura a base de cálculo, alíquota e valor do imposto, para fins de retenção referente ao IRRF conforme tabela da Instrução Normativa RFB nº 2145, de 26 de junho de 2023, que altera a Instrução Normativa nº 1234, de 11 de janeiro de 2012, nos casos de incidência.

15.3.3.1.1. Em casos de enquadramento de isenção ou imunidade, conforme destacado na Instrução Normativa RFB nº 1234, de 11 de janeiro de 2012 e alterações, o documento fiscal deverá ser acompanhado de declaração conforme modelo anexo na referida Instrução.

15.3.3.2. Nos casos em que for permitida a subcontratação, e desde que devidamente autorizada pelo MUNICÍPIO, poderão ser deduzidos do valor da retenção a ser efetuada pelo MUNICÍPIO, os valores retidos da subcontratada e comprovadamente recolhidos pela CONTRATADA, desde que todos os documentos envolvidos se refiram à mesma competência e ao mesmo serviço.

15.3.3.2.1. Para efeito do disposto na cláusula anterior, a CONTRATADA deverá destacar na Nota Fiscal, Fatura ou Recibo de prestação de serviços, as retenções da seguinte forma:

I - dedução de valores retidos de subcontratadas: informar o valor total correspondente aos valores retidos e recolhidos relativos aos serviços subcontratados.

15.3.3.2.2. A CONTRATADA, juntamente com a Nota Fiscal, Fatura ou Recibo de prestação de serviços, deverá encaminhar ao MUNICÍPIO cópia:

I - das Notas Fiscais, das Faturas ou dos Recibos de prestação de serviços das subcontratadas com o destaque da retenção.

15.3.4. Havendo erro na apresentação da Nota Fiscal/Fatura, ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, esta ficará sobrestada até que o contratado providencie as medidas saneadoras, reiniciando-se o prazo após a comprovação da regularização da situação, sem ônus à contratante;

15.3.6. Constatando-se a situação de irregularidade do contratado, será providenciada sua notificação, por escrito, para que, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, regularize sua situação ou, no mesmo prazo, apresente sua defesa. O prazo poderá ser prorrogado uma vez, por igual período, a critério do Município de Jundiaí.

15.3.6.1. Não havendo regularização ou sendo a defesa considerada improcedente, o contratante deverá comunicar aos órgãos responsáveis pela fiscalização da regularidade fiscal quanto à inadimplência do contratado, bem como quanto à existência de pagamento a ser efetuado, para que sejam acionados os meios pertinentes e necessários para garantir o recebimento de seus créditos.

15.3.7. Persistindo a irregularidade, o contratante deverá adotar as medidas necessárias à rescisão contratual nos autos do processo administrativo correspondente, assegurada ao contratado a ampla defesa.

15.3.8. Havendo a efetiva execução do objeto, os pagamentos serão realizados normalmente, até que se decida pela rescisão do contrato, caso o contratado não regularize sua situação.

15.4. Prazo de pagamento

15.4.1. O pagamento será efetuado no prazo máximo de até 10 (dez) dias úteis, contados da finalização da liquidação da despesa.

15.4.2. Nos casos de eventuais atrasos de pagamento pelo Município de Jundiaí, desde que a empresa vencedora não tenha concorrido de alguma forma para tanto, o valor devido deverá ser acrescido de encargos moratórios proporcionais aos dias de atraso, apurados desde a data limite prevista para o pagamento até a data do efetivo pagamento, à taxa de 6% (seis por cento) ao ano, aplicando-se a seguinte fórmula:

EM = I x N x VP

EM = Encargos Moratórios a serem acrescidos ao valor originalmente devido

I = Índice de atualização financeira, calculado segundo a fórmula:

I = (6 / 100) / 365

N = Número de dias entre a data limite prevista para o pagamento e a data do efetivo pagamento

VP = Valor atualizado da Parcela em atraso

15.4.2.1. Em caso de atraso superior a 30 dias da data do vencimento, o valor principal será atualizado monetariamente pelo índice INPC do último mês, anterior à data limite, publicado e divulgado pelo IBGE.

15.4.2.2. Para efeito dos itens, a empresa vencedora deverá apresentar pedido expresso, ocasião em que será realizada a análise e negociação com o Município.

15.5. Forma de pagamento

15.5.1. O pagamento será realizado por meio do sistema PIX, devendo ser utilizadas **apenas as chaves PIX vinculadas ao CPF ou ao CNPJ** do contratado, de modo a assegurar a transparência, a segurança jurídica e a conformidade com os mecanismos de rastreabilidade e autenticação, garantindo a efetividade e a regularidade dos repasses financeiros.

15.5.1.1. Na hipótese de o contratado não possuir chave PIX vinculada ao respectivo CPF ou CNPJ, o pagamento será realizado por **ordem bancária**, para crédito em **banco, agência e conta corrente** de titularidade do contratado, por ele formalmente indicados, observadas as exigências de identificação do beneficiário e de regularidade cadastral.

15.5.2. Será considerada data do pagamento o dia em que constar como emitida a ordem bancária para pagamento.

15.5.3. Quando do pagamento, será efetuada a retenção tributária prevista na legislação aplicável.

15.5.4. Independentemente do percentual de tributo inserido na planilha, quando houver, serão retidos na fonte, quando da realização do pagamento, os percentuais estabelecidos na legislação vigente.

15.5.5. O contratado regularmente optante pelo Simples Nacional, nos termos da Lei Complementar nº 123, de 2006, não sofrerá a retenção tributária quanto aos impostos e contribuições abrangidos por aquele regime. No entanto, o pagamento ficará condicionado à declaração apresentada para fins de participação na licitação de que é beneficiária da referida Lei Complementar.

15.6. REAJUSTE E ATUALIZAÇÃO DAS BASES DE PREÇOS

15.6.1. Os percentuais de honorários e de desconto constantes da proposta vencedora permanecerão fixos durante toda a vigência do contrato e suas prorrogações, sem prejuízo de eventual restabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro nas hipóteses legais.

15.6.2. Os serviços internos serão calculados com base na versão vigente da Tabela Referencial de Custos Internos do SINAPRO/SP na data da autorização do serviço, aplicando-se o desconto contratado.

15.6.3. Os serviços de fornecedores externos serão pagos pelos valores dos orçamentos aprovados, e a veiculação pelos preços efetivamente praticados pelos veículos ou plataformas, considerados os descontos negociados.

15.6.4. Não incidirá reajuste por índice geral sobre percentuais de honorários, descontos, valores de mídia ou valores de terceiros.

15.6.5. Eventuais valores monetários fixos previstos no contrato, se existentes, poderão ser reajustados após o interregno mínimo de um ano, contado da data-base do orçamento estimado, expressamente indicada como MAIO/2026, pela variação do IPCA/IBGE.

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

16. PENALIDADES:

16.1. Os critérios de penalidades constam na cláusula na minuta do contrato

17. DISPOSIÇÕES GERAIS:

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

17.2. As normas disciplinadoras da licitação serão sempre interpretadas em favor da ampliação da disputa entre os interessados, desde que não comprometam o interesse do Município de Jundiaí, o princípio da isonomia, a finalidade e a segurança da contratação.

17.3. Os licitantes assumem todos os custos de preparação e apresentação de suas propostas e o Município de Jundiaí não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

17.4. Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital e seus Anexos, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento. Só se iniciam e vencem os prazos em dias de expediente no Município de Jundiaí.

17.5. Em caso de divergência entre disposições deste Edital e de seus anexos ou demais peças que compõem o processo, prevalecerá as constantes do Anexo.

17.6. O desatendimento de exigências formais não essenciais não importará o afastamento do licitante, desde que seja possível o aproveitamento do ato, observados os princípios da isonomia e do interesse público.

17.7. A participação na presente licitação implica em ciência quanto à obrigação de assinar, juntamente com Contrato, se o caso, o "Termo de Ciência e Notificação" (de acordo com a Instrução do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo nº 001/2024), e que o descumprimento poderá gerar penalizações.

17.8. A participação na presente licitação implica, também, em ciência da licitante de que está obrigada a manter, caso seja vencedora do certame, durante todo o período da contratação, objeto desta licitação, as condições de habilitação e qualificação exigidas para participação neste certame, e de que mantém íntegra a sua idoneidade perante os órgãos das Administrações Públicas Federal, Estadual e Municipal.

17.9. A CONTRATADA deverá assegurar que toda publicidade custeada pelo Município tenha caráter educativo, informativo ou de orientação social, sendo vedada a inclusão de nomes, símbolos, imagens, expressões, slogans ou quaisquer elementos que caracterizem promoção pessoal de autoridades, agentes públicos ou partidos políticos.

17.10. A CONTRATADA deverá observar as restrições eleitorais, fiscais e orçamentárias incidentes sobre a publicidade institucional, submetendo à CONTRATANTE qualquer dúvida quanto à veiculação em períodos legalmente restritos.

17.11. Nenhuma peça será produzida ou veiculada sem autorização formal da CONTRATANTE.

17.12. O Município e a empresa vencedora deverão cumprir a Lei nº 13.709/2018 – LGPD, conforme Instrução Normativa UGAGP nº 04/2021, disponível no site do Compra Aberta, no link "Legislação".

17.12.1. A CONTRATADA tratará dados pessoais exclusivamente para as finalidades autorizadas pela CONTRATANTE, observando os princípios da finalidade, adequação, necessidade, segurança, prevenção e não discriminação.

17.12.2. É vedada, sem prévia e expressa autorização da CONTRATANTE, a utilização, inserção, compartilhamento, transferência ou disponibilização de dados pessoais, informações governamentais não públicas, documentos, arquivos, conteúdos de briefings, estratégias ou outras informações obtidas em razão da licitação ou da

execução contratual em sistemas, plataformas ou modelos de inteligência artificial que utilizem tais conteúdos para treinamento, ajuste, validação, enriquecimento de bases de dados ou quaisquer finalidades próprias ou de terceiros estranhas ao objeto contratado.

17.12.3. Dados pessoais ou informações sigilosas não poderão ser inseridos em ferramentas tecnológicas ou sistemas de inteligência artificial não previamente aprovados pela CONTRATANTE.

17.12.4. O uso relevante de inteligência artificial generativa na produção de textos, imagens, vídeos, vozes ou outros conteúdos deverá ser informado à CONTRATANTE, permanecendo a CONTRATADA integralmente responsável pela revisão humana, veracidade, direitos autorais, direitos de imagem, ausência de discriminação e adequação institucional.

17.12.5. Incidentes de segurança deverão ser comunicados ao Município imediatamente, com indicação dos dados afetados, riscos, medidas de contenção e plano de resposta.

17.13. As LICITANTES são responsáveis pela fidelidade e veracidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação.

17.14. Fica assegurado ao MUNICÍPIO, por intermédio da autoridade competente, o direito de anular o procedimento, no todo ou em parte, por vício insanável ou revogar o procedimento por motivo de conveniência e oportunidade

17.15. No interesse do MUNICÍPIO, sem que caiba aos participantes qualquer reclamação ou indenização, esta licitação poderá ter a sua abertura adiada ou o EDITAL alterado.

17.16. Fica eleito o foro desta Comarca de Jundiaí para quaisquer procedimentos decorrentes deste processo de seleção.

(FELIPE AUGUSTO DE ALMEIDA SOUZA)
Diretor do Departamento de Compras Governamentais