TERMO DE REFERÊNCIA

1. OBJETO

1.1. Contrato de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, para a Autoridade Portuária de Santos, mediante a Competição Pública — RLE, em modo de disputa fechado e sob a forma eletrônica, com critério de julgamento pela melhor combinação de técnica e preço.

1.2. Descrição do objeto: Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo 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 com a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

Poderão ser acionados no escopo do contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

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

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

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

1.3. O contrato decorrente desta concorrência terá vigência de 12 (doze) meses, sendo prorrogável sucessivamente, no interesse da APS, até o limite de 5 (cinco) anos de cinco anos (serviço contínuo), contados apenas a partir da extinção do contrato vigente, prevista para 30/11/2026.

2. JUSTIFICATIVA

2.1. A contratação permitirá que a APS realize veiculações em mídia publicitária, para campanhas institucionais e de utilidade pública, bem como a produção, realização e distribuição de peças de comunicação.

2.2. Uma vez que o Decreto 6.555/2008 delimita que as ações de publicidade do Poder Executivo Federal sejam executadas por intermédio de agência, a contratação visa subsidiar a proposição estratégica de ações de comunicação da APS em meios e veículos de divulgação. Mais especificamente, o Plano Estratégico vigente da APS prevê objetivos que dependem da comunicação de massa, voltada tanto a stakeholders da empresa como ao público geral, para que sejam alcançados. Além disso, a realização futura de grandes obras pela Administração Pública em parceria com a APS, como o Túnel Santos-Guarujá, exigirá importantes esforços de comunicação junto às populações afetadas.

3. ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS

3.1. Os serviços previstos no item 1.2 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas, bem como a realização de eventos,

conforme suas conceituações estabelecidas pela Instrução Normativa SECOM/PR 01 de 27/07/2017.

3.2. A agência atuará por ordem e conta da fiscalização contratual na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados para a execução das atividades complementares e de veículos de divulgação.

3.3. A medição dos serviços solicitados pela fiscalização contratual e entregues pela agência se realizará por tarefa (serviço solicitado) e serão atestados pelo fiscal nomeado pela APS.

3.3.1. A agência deverá adotar as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, distribuição ou veiculação, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a APS.

3.3.2. A autorização, pela APS dos planos de mídia e dos serviços executados pela agência ou por seus fornecedores de bens e de serviços especializados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução técnica e comprovação das veiculações e dos serviços.

3.3.3. Os leiautes, roteiros e outros itens de planejamento similares que venham a ser reprovados, não serão cobrados pela agência.

3.4. A agência deverá centralizar o comando da publicidade da APS na Grande São Paulo ou Baixada Santista, onde, para esse fim, manterá sede, filial, sucursal ou escritório. A seu juízo, a agência poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros serviços complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições de atendimento.

3.5. A agência deverá envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos, e transferir à APS as vantagens obtidas.

3.6. A agência deverá negociar sempre as melhores condições de preço no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias.

3.7. A agência deverá informar, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

3.8. A agência deverá submeter a contratação de fornecedores à prévia e expressa anuência da fiscalização contratual, assim como submeter despesas com bens e serviços especializados, veiculação e qualquer outra relacionada com a contratação.

3.9. A agência deverá apresentar à fiscalização contratual, para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente.

3.10. A agência deverá encaminhar em até 1 dia útil após a produção dos serviços, para constituir o acervo da APS, sem ônus para esta, os arquivos digitais finais das peças elaboradas em qualidade de produção.

3.11. A agência deverá encaminhar, sempre que solicitado pela APS**,** sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos:

a) TV e Cinema: cópias em XDCAN, DVD ou arquivos digitais;

b) Internet: arquivos digitais;
c) Rádio: arquivos digitais;
d) Mídia impressa: arquivos digitais em alta resolução.

3.12. A agência deverá orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela fiscalização contratual.

3.13. A agência deverá registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões e solicitações de serviço realizadas entre a fiscalização contratual e a agência por meios informais, caso haja, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos, incluindo a motivação do acionamento em condições extraordinárias. Esses relatórios deverão ser enviados pela agência à fiscalização até o prazo máximo de 2 (dois) dias úteis após a realização do contato. Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a fiscalização solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 2 (dois) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

3.14. A agência não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da Companhia, preterindo veículos de divulgação ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados. O desrespeito ao disposto constituirá grave violação aos deveres da contratada.

3.15. A agência deverá entregar à fiscalização contratual, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.

3.16. É da responsabilidade da agência observar rigorosamente os preços de tabela de cada inserção e dos respectivos descontos, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos planos de mídia à fiscalização contratual e à SECOM, no sistema Midiaweb.

3.17. O pagamento das despesas será autorizado após a apresentação dos documentos comprovantes:

I. Todos os meios: boletim ou relatório de checagem de veiculação emitida por empresa ou instituto de pesquisa independente;

II. Outras peças de comunicação: nota fiscal de produção acompanhada de relatório fotográfico, demonstrando a entrega ou instalação dos exemplares das peças, conforme descrição do serviço solicitado.

Nos casos em que restar demonstrada a impossibilidade de se obter o relatório de checagem a cargo de empresa independente, a agência deverá apresentar:

a) TV, Rádio e Cinema:

a1) documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação, inserção, irradiação ou termos similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa, quando for o caso, dia e horário da veiculação;

a2) como alternativa ao procedimento previsto na alínea 'a1', a agência poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação, inserção, irradiação ou termos similares) em que figure a declaração prevista na alínea 'a', na frente ou no verso desse documento, mesmo que mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento

'composto' contenha todas as informações previstas na alínea 'a';

a3) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nas alíneas 'a1' e 'a2', a agência poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa, quando for o caso, dia e horário da veiculação;

b) Mídia Exterior:

b1) Mídia *Out Off Home*: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b2) Mídia *Digital Out Off Home*: relatório de exibição, fornecido pela empresa que veiculou a peça, ou por empresa de checagem contratada, de que devem constar fotos por amostragem de no mínimo 20% (vinte por cento) dos monitores/displays programados, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

c) Internet: relatório de gerenciamento fornecido por empresas de tecnologia ou relatório de veiculação emitido, sob as penas do art. 299 do Código Penal, pela empresa que veiculou a peça.

3.17.1. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas serão estabelecidas perante consulta à fiscalização contratual.

3.18. A agência fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965 e com o art. 7º do Regulamento para Execução da Lei nº 4.680/1965, aprovado pelo Decreto nº 57.690/1966.

3.18.1. Nas veiculações realizadas no exterior, a agência deverá apresentar, juntamente com as tabelas de preços dos veículos de divulgação programados, declaração expressa desses veículos nas quais seja explicitada sua política de preços no que diz respeito à remuneração da agência.

3.19. Em função da relação de prestação de serviços no ato da criação, estabelece-se que os direitos patrimoniais de autor das ideias, campanhas, peças e materiais publicitários concebidos pela agência, seus empregados e prepostos, em decorrência do contrato, pertencem integralmente à APS, bem como os estudos, análises e planos vinculados a essas atividades.

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

3.19.2. A agência se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pela APS.

3.19.3. A agência se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores de bens e de serviços especializados, nos casos de tomadas de imagens que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo a cessão dos direitos patrimoniais de autor desse material à APS, que poderá, a seu juízo, utilizá-los, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 05 (cinco) anos, contados da data do pagamento do bem ou serviço pela APS ao fornecedor, sem que caiba a ela qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos.

4. PARCELAMENTO DO OBJETO

4.1. A contratação trata da prestação de serviços de publicidade, serviços de natureza intelectual, intangível e indivisível, na qual não cabe a divisão em partes menores e independentes sem prejuízo da qualidade.

5. DA HABILITAÇÃO TÉCNICA

5.1. A etapa de habilitação técnica ocorrerá apenas após o julgamento final das propostas técnicas e de preços.

5.2. Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenha obtido Certificado de Qualificação Técnica de funcionamento, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010. O certificado poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, e deverá ser apresentado juntamente aos demais documentos de habilitação para contratação com a administração pública, quando da etapa de habilitação.

5.3. Será dispensada a apresentação de declarações de realização de serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, uma vez que tais declarações já são exigidas na etapa de propostas técnicas, conforme item 20.7.6.

6. CONTRATAÇÃO EXCLUSIVA DE MEs E EPPs

6.1. Considerando o valor da contratação, não se aplica a possibilidade de contratação exclusiva para MEs/EPPs.

7. DA PARTICIPAÇÃO DE CONSÓRCIOS

7.1. Nesta licitação será permitida a constituição de Consórcio de Empresas, visando a maior competitividade do certame, uma vez que não há elementos que afastem esta possibilidade.

8. DA POSSIBILIDADE DE SUBCONTRATAÇÃO

8.1. É vedada expressamente a subcontratação de outra agência de propaganda para a execução do objeto, conforme disposto na IN SECOM 09/2015.

9. DOS CRITÉRIOS DE SUSTENTABILIDADE

9.1. A agência obriga-se a cumprir as seguintes práticas de sustentabilidade:

9.1.1. Possuir um Sistema de Gestão Ambiental (SGA) em funcionamento nos moldes da NBR ISSO 14001:2015, evidenciando ações de atendimento sempre que solicitado pela Companhia. Não há obrigatoriedade de certificação do SGA.

9.1.2. Fazer conhecer e cumprir a Política Ambiental da Companhia por todos os funcionários da agência que prestarem serviços à Companhia, mantendo registro documental que evidencie atendimento a este item sempre que solicitado.

9.1.3. Apontar e evidenciar engajamento da agência nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável – ODS da Organização das Nações Unidas (ONU) aplicáveis à sua atividade.

9.1.4. Promover campanhas periódicas internas de conscientização e treinamento de todos os seus funcionários (mesmo aqueles não alocados para atividades nas instalações da APS) que demonstrem o compromisso da agência sobre boas práticas ambientais (sobretudo quanto à(ao): gerenciamento de resíduos sólidos – geração, segregação, coleta e destinação de resíduos perigosos e não perigosos; uso racional de água e energia elétrica; contaminação de solo e água), mantendo registro documental que evidencie atendimento a este item sempre que solicitado pela Companhia. Adotar e evidenciar ações uso racional de água e energia em suas instalações.

9.1.5. Empregar materiais e equipamentos que atendam a critérios de sustentabilidade, tais como segurança, durabilidade e eficiência, de modo a gerar menos resíduos, menor desperdício e menor impacto ambiental;

9.1.6. Dar preferência para materiais, tecnologias e matérias-primas de origem local em seus processos.

10. ESTIMATIVA DE CUSTO

10.1. Norteiam os índices para proposta de preços as seguintes pesquisas, constantes do Anexo III deste Termo de Referência:

a) planilha “Anunciantes do Poder Executivo Federal - Remuneração de Agências de Propaganda” com valores de contratos vigentes no ano de 2025, contendo os percentuais de remuneração praticados por outros anunciantes do Poder Executivo Federal que mantêm contratos com agências de propaganda.

b) pesquisa feita com outros órgãos de administração pública no Estado de São Paulo e região da Baixada Santista, com valores de remunerações praticados em contratos vigentes nos anos de 2025 e 2026.

10.2. O valor global do contrato, a ser destinado em rubrica orçamentária específica, cujo cálculo detalhado consta do Estudo Técnico Preliminar, será de **R$ 9.214.000,00 (nove milhões, duzentos e catorze mil reais)**.

10.3. Para este contrato, ficam **estimadas**, para mera referência das licitantes e cálculo da reversão do desconto-padrão, a seguinte distribuição provável de verba entre as categorias de serviço do contrato:

Categoria de Serviço	Verba Estimada
Ressarcimento de custos internos	R$ 1.250.000,00
Produtos e serviços especializados	R$ 1.250.000,00
Veiculação	R$ 5.600.000,00
Pesquisa, renovação de direitos e reimpressão	R$ 800.000,00
Novas tecnologias (intermediação de agentes, e criação)	R$ 314.000,00

11. DO REAJUSTE E CRONOGRAMA FÍSICO FINANCEIRO

11.1. O reajuste de valor poderá ser aplicado exclusivamente para o uso de direitos autorais, a cada 12 meses completos da vigência de sua cessão, em função da variação do IPCA do período, quando aplicável.

11.2. Os preços a que se refere o item 20.8.2.a serão reajustados mediante a atualização da tabela referencial pelo sindicato competente. Os preços a que se referem os demais itens da proposta de preços, em se tratando de porcentagens sobre preços de mercado, são reajustados naturalmente pelos respectivos fornecedores, não se aplicando índice de reajuste.

11.3. O cronograma financeiro do contrato será realizado por demanda, conforme as necessidades e o planejamento de comunicação da APS.

12. DO PRAZO DE EXECUÇÃO E PRAZO DE VIGÊNCIA

12.1. O contrato terá a vigência de 12 (doze) meses, sendo prorrogável sucessivamente, no interesse da APS, até o limite de 5 (cinco) anos, a contar a partir da data de assinatura do instrumento contratual com a empresa vencedora.

12.1.1. Cada período de 12 meses será objeto de avaliação de desempenho da agência, a ser procedida pela APS, em conformidade com o art. 98 da Instrução Normativa SECOM N° 9/2025, e em instrumento de avaliação elaborado a partir de modelo providenciado por aquela secretaria.

12.1.2. A má performance da contratada na avaliação será considerada infração contratual, nos termos do item 19.1.8.2.

12.2. A execução dos serviços será iniciada imediatamente após assinatura do contrato, sob demanda.

13. DAS CONDIÇÕES DE RECEBIMENTO DO OBJETO

13.1. A execução dos serviços será realizada por demanda, iniciada a partir do envio de comunicação escrita, preferencialmente, por meio eletrônico (e-mail), pela fiscalização contratual à agência contratada, que deve responder com o prazo para a entrega do material, podendo este ser negociado entre as partes.

13.1.1. Em caso de demandas estabelecidas pela APS como urgentes, a agência deverá realizar a produção do serviço/material em até 03 (três) dias úteis após a solicitação.

13.1.2. O cálculo de dias úteis para fim de prazos deverá sempre levar em conta os dias de expediente para a APS.

13.1.3. A agência deverá providenciar o cadastro de seus potenciais fornecedores junto à APS, de forma a atender ao Art. 14 da Lei 12.232/2010.

13.2. A APS fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações, podendo rejeitar os serviços/materiais produzidos no todo ou em parte.

13.2.1. A agência deverá adotar as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, distribuição ou veiculação, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou ajustada, sem dilação do prazo de entrega, salvo concordância prévia e expressa da fiscalização contratual e sem ônus para a APS.

13.3.2 A agência deverá tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da fiscalização contratual, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários da contratada pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria agência ou por fornecedores e veículos por ela contratados.

13.3. A agência deverá comprovar, **no prazo de 30 dias da assinatura do contrato**, que possui e mantém estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à APS, comprovada mediante apresentação de currículo dos profissionais. A estrutura deve ser representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais e respectivas qualificações:

Profissional	Quantidade	Qualificação
Diretor Geral	1 (um)	Experiência comprovada de ao menos 5 (cinco) anos em atividades de gestão, ou 10 (dez) anos corridos em agência de propaganda
Diretor de Atendimento	1 (um)	Formação acadêmica correspondente e experiência comprovada de ao menos 3 (três) anos na função
Profissionais de atendimento	2 (dois)	Formação acadêmica correspondente e experiência comprovada na função
Profissionais de planejamento e pesquisa	2 (dois)	Formação acadêmica correspondente e experiência comprovada em planejamento de comunicação e marketing
Diretor de Criação	1 (um)	Formação acadêmica em Publicidade ou Propaganda e experiência comprovada de ao menos 3 (três) anos na direção de criação publicitária
Profissionais de criação	4 (quatro)	Formação acadêmica correspondente (Publicidade, Propaganda, Design, Jornalismo ou Comunicação Social) e experiência comprovada na criação/redação publicitária, incluindo meios digitais
Profissionais de produção	2 (dois)	Formação acadêmica correspondente e experiência comprovada na função
Diretor de Mídia	1 (um)	Formação acadêmica correspondente e experiência comprovada de ao menos 3 (três) anos em planejamento e execução de mídia
Profissionais de mídia	3 (três)	Formação acadêmica correspondente e experiência comprovada em planejamento e execução de mídia
Profissionais de administração financeira	2 (dois)	Formação acadêmica correspondente (administrativa, contábil e/ou tributária) e experiência comprovada de ao menos 3 (três) anos na função

13.4. Os materiais físicos produzidos deverão ser entregues no setor de Superintendência de Comunicação Corporativa da APS, localizada na Av. Conselheiro Rodrigues Alves s/n – Macuco – Santos – SP, em perfeito estado de conservação. Não devem ser entregues materiais ao almoxarifado da APS, sem prévia autorização da fiscalização contratual.

13.4.1. Nos casos de produção de material físico, deverá ser confecionada amostra, entregue com antecedência do prazo estabelecido para entrega do material final, a ser avaliada e aprovada pelo fiscal do contrato. Esta antecedência será definida entre as partes.

13.3.2. Caso a amostra não seja satisfatória de acordo com as especificações técnicas requisitadas, a agência deverá proceder com o refazimento do material, sem dilação do prazo de entrega do material final, salvo concordância prévia e expressa da fiscalização contratual e sem ônus para a APS.

13.5. O envio de notas fiscais, seja referentes à prestação de serviços agenciados ou aos honorários de agenciamento, deverão ser submetidos à APS exclusivamente via Portal do Cliente e Fornecedor, disponível na home do website da APS, até o dia 25 do mês de emissão do documento fiscal. Qualquer exceção deve ser previamente e expressamente autorizada pela fiscalização contratual, mediante autorização da Gerência de Contabilidade da APS.

13.6. A agência só poderá reservar e comprar espaço e/ou tempo publicitário de veículos, mediante prévia e expressa aprovação do plano de mídia pela fiscalização contratual.

13.7. Para o fornecimento de bens ou serviços especializados, a agência deverá:

13.7.1. Só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados no Sistema de Referências de Custos (SIREF), mantido pela Secretaria Especial de Comunicação Social da Secretaria-Geral da Presidência da República, de que trata o art. 19 da Instrução Normativa SECOM nº 2/2023, aptos a fornecer à APS bens e serviços especializados, relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;

13.7.2. Apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre fornecedores de bens e de serviços especializados cadastrados no SIREF que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

13.7.3. Exigir, dos fornecedores que constem da cotação de bens e de serviços especializados, o detalhamento das especificações que compõem seus preços unitários e total, quando for o caso;

13.7.3.1. A cotação deverá ser apresentada em via original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome empresarial completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e assinatura do responsável pela cotação;

13.7.3.2. Juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – no CNPJ ou CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido;

13.7.3.3. Para cada orçamento encaminhado, deve ser observada a presença da seguinte declaração, assinada por funcionário da agência responsável pela documentação: "*atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica aprovada e as exigências contratuais*".

13.7.4. Submeter justificativa para apreciação e decisão da fiscalização contratual, nos casos em que não seja possível a apresentação de três orçamentos.

13.7.5. Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato, a agência deverá coletar orçamentos de fornecedores em pastas fechadas, que serão abertas em sessão pública, convocada e realizada sob a fiscalização da APS.

13.8. Para o pagamento dos serviços previamente autorizados pela APS, a agência deverá apresentar:

I) Carta de apresentação aos cuidados da Supervisão de Marketing, informando a numeração dos documentos submetidos e seus valores, e o serviço realizado;
II) Fatura em nome da agência, apresentando a discriminação dos valores dos serviços realizados e impostos incidentes;
III) Os documentos de comprovação da execução dos serviços;
IV) A nota fiscal do fornecedor de bens e de serviços especializados ou do veículo de divulgação, quando houver;
V) As seguintes certidões negativas ou positivas com efeitos de negativas, relativas ao fornecedor ou veículo:
- Certidão de Débitos Trabalhistas
- Certidão de Débitos Relativos aos Tributos Federais e à Dívida Ativa da União; e
- Certidão de Regularidade do FGTS.

VI) A nota fiscal da agência, relativa aos honorários de agenciamento de serviços de terceiros ou de veiculação, ou de produção dos serviços, conforme o caso;
VII) As seguintes certidões negativas ou positivas com efeitos de negativas, relativas à agência:
- Certidão de Débitos Trabalhistas
- Certidão de Débitos Relativos aos Tributos Federais e à Dívida Ativa da União; e
- Certidão de Regularidade do FGTS.

13.8.1. A APS não pagará nenhum compromisso, assumido pela agência, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

13.8.2. Para pagamento das despesas com veiculação, a agência deverá apresentar, ainda a título de comprovação da execução dos serviços, o relatório de veiculação, a demonstração do valor devido ao veículo, sua tabela de preços, a indicação dos descontos negociados, e os pedidos de inserção.

13.8.2.1. Pertencerão à APS todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, diretamente ou por intermédio de contratada, incluídos os descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

13.9. Quando da programação de veículo de divulgação online, a agência obriga-se a providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da APS em veículos de divulgação que promovam conteúdos ou atividades ilegais.

13.10. Conforme procedimento descrito no item 13.8, sempre que se tratar de veiculação ou fornecimento de serviços especializados, a agência deverá recepcionar e consolidar as notas fiscais dos serviços e veiculações contratados, e apresentar à APS os créditos devidos em uma mesma fatura ou documento de cobrança. Esta fatura deve estar acompanhada, por um lado, das NFs relativas à parcela do desconto-padrão (devida à agência, discriminando seus honorários e comissões, além dos serviços de terceiros), e por outro, da veiculação ou serviço (devida ao veículo ou fornecedor, discriminando os serviços prestados pelo veículo). Essas notas, uma vez atestes e autorizadas, serão pagas pela APS

diretamente aos respectivos tomadores, sem qualquer relação de encaminhamento de valores entre agência e veículo. Este dispositivo obedece ao Acórdão 699/2022 TCU - Plenário, e pode ser alterado pela APS mediante entendimento legal subsequente que venha a alterar as boas práticas processuais.

13.11. No faturamento de veiculações, a contratada deverá descontar, da parcela devida à agência, a reversão de desconto-padrão de que trata o Anexo B das normas CENP, observando para enquadramento na tabela a verba total estimada de mídia para cada período do contrato, conforme item 10.3.

13.11.1. Ao final de cada período de 365 dias de vigência do contrato, a agência deverá realizar levantamento das despesas de veiculação realizadas. Caso não tenha sido atingida a veiculação mínima para a reversão do desconto-padrão de agência naquele período, conforme a tabela do CENP vigente ao seu início, será devida pela APS a parcela já revertida nas veiculações realizadas, para a qual deverão ser emitidas fatura e NF específicas.

14. GARANTIA

14.1. Os serviços, quando em desacordo com as especificações constantes neste Termo de Referência, devem ser corrigidos/refeitos/substituídos imediatamente, às custas da agência, sem prejuízo da aplicação de penalidades.

15. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

15.1. A fiscalização contratual deverá:

a) fornecer e colocar à disposição da agência as informações que se fizerem necessárias à execução dos serviços;

b) notificar, formal e tempestivamente, a agência sobre as irregularidades observadas no cumprimento do contrato;

c) notificar a agência, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

15.2. A fiscalização ou gestão contratual comunicará à agência por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se, em regra, o uso de e-mail institucional do fiscal do contrato para este fim.

15.3. A fiscalização ou gestão contratual avaliará os serviços prestados pela agência, pelo menos, dois meses antes do encerramento de cada período contratual de doze meses, em acordo com a IN SECOM 02/2023.

16. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

16.1. A agência deverá executar com seus próprios recursos ou, quando necessário mediante a contratação de fornecedores de serviços especializados e veículos, todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela fiscalização contratual.

16.2. A agência deverá designar preposto responsável pela execução do contrato, durante o período de vigência do contrato, para representá-la sempre que for preciso. No caso de ausência do preposto por qualquer motivo, a agência deverá nomear substituto para o período. Justificadamente, a APS pode solicitar a substituição do preposto. Para esta função, dá-se preferência a profissional de atendimento

ou a executivo da agência.

16.3. A agência deverá designar o profissional de atendimento responsável pelo intermédio das demandas da fiscalização contratual e ponto focal de contato. No caso de ausência do profissional por qualquer motivo, a agência deverá nomear substituto para o período. Justificadamente, a APS pode solicitar a substituição do profissional de atendimento, caso em que a contratada ficará obrigada a fazê-lo no prazo de 10 dias úteis. Para esta função, é necessário ser profissional de atendimento da agência. É vedada a sobreposição de funções entre preposto e atendimento.

16.4. Em função das particularidades burocráticas necessárias à realização de ações com compra de mídia na empresa pública, a agência deverá disponibilizar, **durante os períodos de planejamento, realização e prestação de contas** de campanha publicitária, profissional de atendimento descrito no item 13.3.c, ou outro de experiência equivalente ou superior, para **dedicação exclusiva à conta** da APS. Não é exigida a exclusividade para todo o período do contrato, porém uma vez iniciado o processo de planejamento de campanha, essa dedicação exclusiva se faz necessária para o atendimento aos requisitos dos sistemas SalicNet / MidiaWeb do Governo Federal.

16.5. A agência deverá obter a autorização prévia da APS, por escrito, para realizar despesas com bens e serviços, seja prestados por fornecedores, por veículos ou pela própria agência.

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

16.7. A agência deverá manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação exigidas no processo de contratação, incluindo a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 40 e seu § 10 da Lei n° 12.232/2010.

16.8. A agência não poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto da contratação, devendo os pedidos de informações serem encaminhados aos mecanismos de transparência pública da APS.

16.9. A agência deverá prestar esclarecimentos à fiscalização ou gestão contratual sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que a envolvam, independentemente de solicitação.

16.10. A agência deverá cumprir todas as leis e posturas federais, estaduais e municipais pertinentes, e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem como, quando for o caso, à legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

16.11. A agência deverá assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência de sua parte do contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

16.12. A agência se obriga a conferir e apontar o devido recolhimento de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados, responsabilizando-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão no recolhimento, total ou parcial, derivada de mau apontamento.

16.13. A agência deverá apresentar, quando solicitada pela Companhia, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

16.14. A agência deverá executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores

e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e a própria APS.

16.15. A agência deverá responder perante a APS e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.

16.12.1. Deverá responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa, dolo ou omissão de seus empregados, prepostos ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações administrativas ou judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do contrato.

16.16. A agência deverá responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a APS.

16.17. Considerando sua natureza de intermediação na contratação de bens e serviços, no caso de ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a agência adotará as providências necessárias no sentido de preservar a APS e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, em caso de condenação, reembolsará à APS as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar.

16.18. A agência deverá responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto do contrato.

16.19. Com vistas às contratações relacionadas a bens e serviços especializados que envolvam direitos de autor e conexos, nos termos da Lei nº 9.610/1998, a agência solicitará, dos fornecedores, orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela fiscalização contratual.

16.20. Na ocorrência de falhas nas veiculações, a agência deverá apresentar documento do veículo de divulgação com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação. Alternativamente, a APS poderá aceitar comprovação de compensação equivalente em valor e alcance, desde que esta não ultrapasse 10% da quantidade total de veiculações alocadas ao veículo, sob sua discrição.

16.21. A agência deverá manter, durante o período de, no mínimo, cinco anos após a extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, acompanhados das respectivas informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, se for o caso.

16.20.1. A agência deverá realizar acervo dos seguintes serviços à APS:

a) Peças produzidas e aprovadas, em meio virtual, durante a execução do contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos;
b) Banco de imagens, com as fotos e imagens produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

16.22. Conforme procedimento descrito no item 13.8, sempre que se tratar de veiculação ou fornecimento de serviços especializados, a agência deverá apresentar separadamente, em um mesmo processo administrativo, à APS as NFs relativas à parcela do desconto-padrão (devida à agência) e da

veiculação ou serviço (devida ao veículo ou fornecedor). Essas notas, uma vez atestes e autorizadas, serão pagas pela APS diretamente aos respectivos tomadores, sem qualquer relação de encaminhamento de valores entre agência e veículo.

16.23. A agência deverá manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos pela APS, sobretudo quanto ao planejamento e à estratégia de atuação da empresa.

17. DA GESTÃO E FISCALIZAÇÃO

17.1. A APS nomeará gestor e fiscal para o contrato, designando funcionário(s) para acompanhar e fiscalizar a execução contratual, atuando como prepostos da APS;

17.2. Caberá ao fiscal nomeado acompanhar a conformidade da prestação dos serviços de acordo com o contrato, registrando por escrito ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terá poderes, entre outros, para notificar a agência, objetivando sua imediata correção. Ao fiscal também caberá:

17.2.1. Atestar o recebimento de materiais e serviços em concordância com os critérios exigidos pela APS, conforme o item 3.3 deste TR;

17.2.3. Acompanhar os desembolsos realizados ao longo da execução do contrato;

17.2.4. Propor ao gestor, quando necessário, aditamentos contratuais acompanhados das justificativas pertinentes;

17.2.5. Comunicar formalmente ao gestor as irregularidades encontradas em situações desconformes com o Processo Administrativo e com a Lei;

17.2.6. Propor aplicação de sanções administrativas à contratada, em virtude de inobservância ou desobediências às cláusulas contratuais ou ordens da fiscalização.

17.3 Caberá ao gestor nomeado gerir a execução do contrato, bem como:

17.3.1. Autorizar pagamentos e encaminhar as despesas conformes à unidade competente;

17.3.2. Autorizar a realização de aditamentos contratuais justificados, bem como a aplicação de sanções administrativas à contratada, em virtude de inobservância ou desobediências às cláusulas contratuais ou ordens da fiscalização;

17.3.3. Notificar a contratada sobre eventuais irregularidades encontradas em situações desconformes com o contrato;

17.3.4. Atestar a avaliação sobre o desempenho da agência com fins de subsidiar a renovação do contrato, conforme itens 12.1.1 e 12.1.2;

17.4 A fiscalização poderá realizar o recebimento provisório dos serviços prestados pela agência com fins de verificação da adequação. Nestes casos, somente após avaliação satisfatória pela fiscalização os serviços serão considerados entregues e atestados pelo fiscal para que seja realizado o pagamento.

17.4.1. A verificação da adequação da prestação do serviço deverá ser realizada com base nos critérios de:

a) Adequação ao briefing e objetivos de comunicação;
b) Pontualidade: prazos de entrega estabelecidos;
c) Integridade: integridade física dos materiais entregues.

17.5. A ausência de comunicação por parte da fiscalização, referente a irregularidade ou falhas, não exime a agência das responsabilidades assumidas.

17.6. À Autoridade Portuária de Santos é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela agência caso solicitado.

17.7. A fiscalização contratual pela APS não exclui nem reduz a responsabilidade da agência, inclusive perante terceiros, pela perfeita execução dos serviços ou por qualquer irregularidade, ainda que resultante de imperfeições técnicas, vícios redibitórios, emprego de material inadequado ou de qualidade inferior à solicitada e, na ocorrência destes eventos, não implica corresponsabilidade da APS ou de seus agentes, gestores e fiscais.

17.8. A fiscalização poderá, a critério próprio, realizar pesquisa de preços em paralelo, para verificar adequação dos orçamentos apresentados nos procedimentos do item 13.7 ao parâmetro de mercado, sem o dever de comunicar a agência, ou ainda solicitar o procedimento descrito no item 13.7.5, mesmo quando abaixo do valor de referência.

18. MATRIZ DE RISCO

18.1. Constante do Anexo IV deste Termo de Referência.

19. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS;

19.1. Na vigência do contrato, sem prejuízo da aplicação de outras penalidades previstas em Lei, a CONTRATADA ficará sujeita às seguintes penalidades:

19.1.1. Advertência, por faltas leves, assim entendidas: aquelas que não acarretem prejuízos significativos para a APS; ou a execução insatisfatória dos serviços, em casos que sua gravidade não caracterize a inexecução das obrigações contratuais, nem recomende a aplicação da suspensão temporária ou declaração de inidoneidade;

19.1.2. Multa moratória de 0,5% (05 décimos por cento) por dia útil sobre o valor total da garantia, em caso de atraso na apresentação ou integralização da garantia de execução contratual, até o limite de 10% (dez por cento)

19.1.3. Multa moratória de 0,5% (05 décimos por cento) por dia sobre o valor do serviço autorizado e inadimplido, quando em atraso injustificado, até o limite de 10% (dez por cento) (ou o saldo remanescente do contrato, o que for menor);

19.1.4. Multa de 10% sobre o valor do serviço autorizado e não executado (ou do saldo remanescente do contrato, o que for menor), em caso de inexecução parcial do objeto;

19.1.5. Multa compensatória de até 20% (vinte por cento) sobre o valor total do contrato, nos casos de:

19.1.5.1. inexecução das obrigações adquiridas, inclusive da manutenção do quadro de pessoal constante do item 13.3;
19.1.5.2. apresentação de documentos falsos ou falsificados;

19.1.5.3. condenação definitiva por praticar fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;

19.1.5.4. prática de atos ilícitos visando prejudicar a execução do contrato, especialmente:

- No caso de preferência indevida a veículo no planejamento de mídia de determinada veiculação, levando em consideração volume de remuneração de agenciamento (plano de incentivo) que já não esteja contemplado no desconto-padrão, conforme Art. 18 da Lei 12.232/2010;
- No caso de recorrente e significativa discrepância dos valores de produtos e serviços especializados em relação ao mercado, identificados seja pela metodologia descrita no item 17.8, seja de outra forma;

19.1.5.5. inadimplemento, por parte da CONTRATADA, de obrigações trabalhistas e previdenciárias devidas aos seus empregados; e

19.1.6. Suspensão de licitar e impedimento de contratar com a administração pública, ou declaração de inidoneidade, ambas pelo prazo de até dois anos, sendo aplicadas subsidiariamente ou cumulativamente aos itens de 19.1.3 a 19.1.5, quando constatado dolo ou negligência, ou de outra forma justificado no processo sancionatório e acatado pela autoridade competente; e

19.1.7. Condenação da empresa contratada ao pagamento de prejuízos ao erário, após devido processo legal, caso verificada a ocorrência de superfaturamento por sobrepreço, sendo aplicada em conjunto aos itens 19.1.5 e 19.1.6.

19.1.8. Rescisão contratual unilateral pela APS, motivada por:

19.1.8.1. Reincidência da aplicação de sanções contratuais dos itens 19.1.2 a 19.1.5, mediante justificativa da fiscalização contratual validada pelo gestor e acatada pela autoridade máxima da APS, sem prejuízo da aplicação concomitante da sanção dos itens 19.1.5 e 19.1.6.

19.1.8.2. Avaliação insatisfatória da agência, nos termos do 19.3.

19.2. Também ficam sujeitas às penalidades estabelecidas no 19.1, as empresas ou profissionais que:

19.2.1. Tenham sofrido condenação definitiva por praticar, por meio dolosos, fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;

19.2.2. Tenham praticado atos ilícitos visando a frustrar os objetivos da licitação;

19.2.3. Demonstrem não possuir idoneidade para contratar com a Administração em virtude de atos ilícitos praticados no contexto do contrato.

19.3. A fiscalização contratual realizará, periodicamente e conforme entender necessário, a avaliação de desempenho da agência contratada, mediante metodologia de disponibilizada pela SECOM/PR. Será considerada insatisfatória a avaliação que receber média total inferior a 50% da máxima, uma vez ratificada pelo gestor do contrato.

19.4. A aplicação de penalidades contratuais seguirá os ritos estabelecidos no Regulamento Interno de Licitações e Contratos da APS.

20. INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES

20.1. O edital do processo licitatório observará os dispositivos da Instrução Normativa SECOM/PR 09/2025. A Comissão de Licitação responsável pela condução do processo licitatório obedecerá

particularmente ao Capítulo III, Seções VIII, IX e X daquela IN.

20.2. Cada licitante deverá apresentar uma **Proposta Técnica**, composta de: um **Plano de Comunicação Publicitária, em duas vias** (Pasta Nº 1 – uma pasta identificada, e Pasta Nº 2 – uma pasta padronizada não identificada, ambas de igual conteúdo), e um **Currículo Corporativo** (Pasta Nº 3 – uma pasta identificada). Além disso, deverá apresentar também uma **Proposta de Preços** (Pasta Nº 4 – uma pasta identificada). A Proposta Técnica deverá ser composta de um Plano de Comunicação Publicitária, elaborado a partir de, e em consonância com, o Briefing (Anexo I) e o item 20.6. O Currículo Corporativo deverá ser elaborado conforme o item 20.7. A Proposta de Preços deverá ser elaborada conforme o item 20.8.

20.3. A análise e o julgamento das Propostas Técnicas apresentadas pelas proponentes serão realizados por Subcomissão Técnica, nos termos do item 20.9 e 20.10. A Subcomissão Técnica analisará as propostas e informações apresentadas, estabelecendo pontuações para cada critério. Os seus membros não poderão testemunhar, de qualquer forma, o recebimento das propostas.

20.4. O conteúdo das Propostas Técnicas apresentadas deverá estar estruturado de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

QUESITOS		**FORMA DE ENTREGA**
1.	Plano de Comunicação Publicitária	01 Pasta identificada, e 01 pasta padronizada não identificada
	I. Raciocínio Básico	
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária	
	III. Ideia Criativa	
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	
2.	Curriculo Corporativo	01 Pasta identificada
	I. Capacidade de Atendimento	
	II. Repertório	
	III. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	
3.	Proposta de Preços	01 Pasta identificada

20.5. A Proposta Técnica deverá ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente no vocabulário geral ou no jargão publicitário, e deverá ser apresentada em arquivos .PDF, exceto quando necessários recursos não suportados pelo formato, caso em que serão admitidos outros formatos executáveis em sistema operacional Windows.

20.6. Plano de Comunicação Publicitária

20.6.1. A identificação de qualquer elemento do conteúdo da pasta não identificada com qualquer tipo de marca ou sinal, seja no conteúdo da proposta ou na pasta virtual, mesmo que em metadados, implicará na imediata desclassificação do licitante do certame.

20.6.2. A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária observadas as seguintes orientações:

I) Caderno único com capas separando cada um dos conteúdos dos subquesitos (As páginas de capa não serão computadas nos limites de páginas previstos para cada subquesito);
II) Dimensão A4;
III) Texto e numeração das páginas em fonte Calibri 12, na cor preta;
IV) Margens de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir da borda; sem

recuos nos títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes;

V) Espaçamento simples entre linhas, títulos e entretítulos, e entre parágrafos. Adicionar uma quebra adicional entre parágrafos;

VI) Textos justificados, com uso livre de itálico, sublinhado e/ou negrito;

VII) Títulos em negrito;

VIII) Todas as páginas numeradas sequencialmente, a partir da primeira folha interna (desconsiderada a capa), em algarismos arábicos no canto inferior direito da página;

20.6.2.1. A apresentação das peças constantes da Ideia Criativa poderá ser realizada em dimensão A3 e orientação paisagem, seguindo o restante das orientações.

20.6.2.2. Os subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia e Não-Mídia poderão apresentar gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, que estão autorizados a serem apresentados nas seguintes especificações, nos termos do Art. 6º, item IX da Lei 12.232/2010:

I) Poderão ser editados em cores;

II) Os dados e informações podem ser apresentados na fonte mais adequada, dando-se prioridade à Calibri entre 08 e 12 pontos;

III) Poderão ser apresentados em formato A3 com orientação paisagem.

20.6.3. O Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, **sem** os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

I) Ter a identificação da licitante (nome fantasia, razão social e CNPJ);

II) Ser datado; e

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

20.6.4. Caso seja constatada desconformidade das vias não identificadas da Proposta Técnica em relação aos parâmetros estabelecidos no edital, os conjuntos de pastas a elas relativos serão recusados e removidos da licitação na sessão de recebimento, não cabendo recurso dessa decisão.

20.6.5. Conteúdo do Plano de Comunicação Publicitária

20.6.5.1. A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no briefing (Anexo I) do edital, observadas as seguintes orientações:

I. **Raciocínio Básico** - (Quesito limitado a 5 páginas)
apresentação em que a licitante descreverá:

a) análise das características e especificidades da APS apresentadas no Briefing, e do seu papel no contexto no qual a empresa se insere (obrigatório);

b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas no Briefing (obrigatório);

c) estudos de marca, público, *stakeholders*, personas e outras ferramentas utilizadas

para o diagnóstico do problema e para escolha ou orientação da melhor solução criativa (opcional).

d) descrição geral da proposta de solução do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, estabelecendo o relacionamento entre esta e aqueles (obrigatório).

II. **Estratégia de Comunicação Publicitária** - (Quesito limitado a 10 páginas)
apresentação e defesa da Estratégia proposta pela agência para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação apresentados no Briefing, compreendendo:

a) explicitação e defesa do tema e conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária (obrigatório);

b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar (obrigatório);

c) detalhamento dos conceitos e associações semióticos utilizados, bem como a estratégia de associação de valores e conceitos que pretendem auxiliar na solução do problema de comunicação apresentado (opcional);

III. **Ideia Criativa**
apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

a) relação das peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma (todas as peças publicitárias que integrarem esta relação deverão estar contempladas também na Estratégia de Mídia e Não-Mídia);

b) até 05 (cinco) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julgue mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária (**nota:** poderão ser propostas mais do que 05 peças na relação de ações propostas, porém devem ser apresentadas produzidas ao máximo 05 peças).

As peças publicitárias poderão ter seu tamanho adaptado e sem limitação de cores, desde que não haja prejuízo em sua leitura e poderão ser apresentados sob a forma de:

a) *layout* finalizado, para meios audiovisuais estáticos;
b) roteiro, 'monstro' ou *layout* eletrônico, para o meio rádio, acompanhado ou não de gravação;
c) roteiro, *storyboard* animado, 'piloto' ou animação, para os meios TV, cinema e internet;
d) 'boneco', *layout* montado, ou plano de produção contendo imagens, diagramas, layouts e/ou fotografias, para os materiais de não-mídia. 'Bonecos' não deve conter peças soltas, ou que possam se soltar ou danificar no transporte.

Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas como exemplos, até o limite de 05 (cinco), devem ser observadas as seguintes regras:

a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;

b) cada peça apresentada como parte de um conjunto será computada no referido limite;
c) uma peça sequencial, para qualquer meio (exemplos: anúncios sequenciais para mesma edição de revista ou jornal; painéis sequenciais de mídia exterior, tais como *outdoor* ou OOH; ou cada uma das telas de um mesmo anúncio virtual rotativo para web, DOOH ou outros formatos digitais), será considerada 01 (uma) peça, desde que o conjunto transmita uma única mensagem;
d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;
e) um filme e o *hotsite* que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças;
f) um *banner* e o *hotsite* por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças;
g) um *press kit* ou outros kits promocionais serão considerados 01 (uma) peça, porém devem conter ao máximo apenas uma unidade de cada um dos seguintes elementos: embalagem, impresso de até 2 folhas, produto personalizado, e até mais um elemento à escolha da licitante.

IV. **Estratégia de Mídia e Não-Mídia** (Quesito limitado a 12 páginas) (*consideram-se como* não-mídia *os meios publicitários* offline *que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens a públicos determinados*).
Quesito constituído de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:

a. Estratégia de Mídia e Não-Mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos de comunicação a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

b. Tática de Mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

c. Plano de Mídia e Não-Mídia: composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes; custos necessários para produção e distribuição de outras peças; e valor total da ação de comunicação proposta;

d. simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

O plano de mídia proposto deverá apresentar um resumo geral com informações sobre pelo menos:

a. o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;

b. as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

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

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

e. as quantidades a serem produzidas de cada peça publicitária de não mídia;

f. os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça publicitária de não mídia;

g. os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia.

h. os valores (absolutos e percentuais) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

Nessa simulação, os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação. Não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços. Deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965; e também desconsiderados os honorários de custos internos sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

20.7. Currículo Corporativo

20.7.1. A licitante deverá apresentar as informações que constituem o Currículo em caderno ou arquivo específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

20.7.2. Este caderno não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria daquele plano.

20.7.3. O Currículo Corporativo poderá ser apresentado no mesmo formato misto de A4 retrato e A3 paisagem, descrito no item 20.7.2.1.

20.7.4. **Capacidade de Atendimento** (Quesito limitado a 8 páginas)

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

I) Relação nominal (nome fantasia) dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

II) Quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação dentro da agência licitante;

III) Infraestrutura e instalações que estarão à disposição da APS para a execução do

contrato;

VI) Sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;

VII) Relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da APS, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

20.7.5. **Repertório** (Quesito limitado a 10 páginas)

20.7.5.1. A licitante deverá apresentar um Repertório ou Portifólio constando:

I) 5 peças publicitárias concebidas e anteriormente veiculadas pela proponente; e

II) Para cada peça publicitária, apresentar ficha técnica de no máximo uma página, com a indicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver, acompanhada da identificação da agência e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de ao menos um veículo que divulgou a peça.

20.7.5.2.As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pela APS, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

20.7.5.3. É preferível que as peças publicitárias tenham sido veiculadas, expostas ou distribuídas nos últimos 3 (três) anos.

20.7.6. **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação** (Quesito limitado a 8 páginas)

20.7.6.1. A licitante deverá apresentar 2 relatos de soluções de problemas de comunicação, cada um com o máximo de 4 páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação:

I) Cada relato deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade, contendo o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura. A validação não entrará no cômputo do número de páginas do quesito.

II) É facultada a inclusão de até 3 peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, sendo que para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

20.7.6.2. Os Relatos devem ter sido implementados, preferencialmente, nos últimos 3 (três) anos.

20.8. Propostas de Preço

20.8.1. As Propostas de Preços das licitantes deverão ser elaboradas de acordo com o Modelo de Planilha de Preços Sujeitos a Valoração (Anexo II), apresentada em arquivo eletrônico único, timbrado, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem marcas ou símbolos que possam indicar ou identificar sua autoria, datada, assinada na última página e rubricada nas

demais, por quem detenha poderes de representação da licitante conforme devidamente identificado em seus atos constitutivos.

20.8.2. As **Propostas de Preços** das proponentes **deverão** apresentar:

a) percentual de desconto **igual ou superior a 61%** (sessenta e um por cento), a ser concedido à contratante sobre os custos internos dos serviços executados pela contratada, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo vigente na data de abertura da licitação, nos termos do Art. 11 da Lei 4.680/1965;

b) percentual de honorários **igual ou inferior a 7%** (sete por cento), incidente sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão do licitante, **referentes à produção e à execução técnica de peça ou material cuja distribuição não proporcione ao licitante o desconto de agência** concedido pelos agentes de veiculação de publicidade, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965;

c) percentual de honorários **igual ou inferior a 7%** (sete por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, **referentes**:

I. ao **planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação** e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação ou estratégia publicitária, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste realizadas a suas expensas;
II. à **renovação do direito de autor e conexos e aos cachês**, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a distribuição ou veiculação da peça ou material não proporcione ao licitante o desconto de agência concedido pelos agentes de veiculação de publicidade, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965;
III. à **reimpressão de peças publicitárias**, compreendendo-se esta como a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas.

d) percentual de honorários **igual ou inferior a 7%** (sete por cento), incidente sobre o volume do investimento aplicado na distribuição de peças **por meio de agentes de veiculação de publicidade, em consonância com novas tecnologias**, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, referentes à **intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização** dessa distribuição a ser realizado pela licitante, **que não lhe proporciona o desconto de agência**, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965;

e) Percentual de honorários **igual ou inferior a 8%** (oito por cento), incidente sobre os preços dos **bens e serviços especializados prestados por fornecedores**, com a intermediação e supervisão da licitante, **referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação**, em consonância com novas tecnologias, **não enquadradas no subitem IV**, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, cuja execução **não lhe proporcione o desconto de agência** concedido pelos agentes de veiculação de publicidade, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965.

20.9. Formação da Subcomissão Técnica

20.9.1. 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.

20.9.1.1. Ao menos um dos membros da Subcomissão Técnica não manterá nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a APS.
20.9.1.2. Os membros com vínculo à APS serão escolhidos por sorteio de uma relação prévia que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão.

20.9.2. Caberá à Subcomissão Técnica:

a) Julgar os Planos de Comunicação Publicitária apresentados, de forma estritamente conforme aos critérios estabelecidos neste Termo de Referência;
b) Julgar os Currículos Corporativos apresentados, de forma estritamente conforme aos critérios estabelecidos neste Termo de Referência;
c) Preservar a integridade do sigilo das propostas não identificadas e das informações decorrentes de sua atuação, reportando imediata e formalmente os fatos à Comissão de Licitação, em caso de brecha de dados ou sua suspeita;
d) manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão de Licitação.

20.9.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, a ser realizado em sessão pública, cujo aviso de sorteio e resultado serão publicados no Diário Oficial da União, obedecendo todos os procedimentos estabelecidos no art. 10 da Lei nº 12.232/2010.

20.10. Julgamento das Propostas Técnicas

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

20.10.1.1. **Plano de Comunicação Publicitária** (não identificado)

Subquesito 1 - **Raciocínio Básico (até 10 pontos)**

a) a acuidade e precisão demonstradas na análise das características e especificidades da APS e do contexto de sua atuação (3 pontos);

b) a pertinência e coerência da proposta apresentada, em relação às necessidades de comunicação publicitária constantes do briefing (4 pontos);

c) a qualidade da análise do desafio de comunicação a ser superado pela APS, demonstrando o grau de entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (3 pontos).

Subquesito 2 - **Estratégia de Comunicação publicitária (até 20 pontos)**

a) a adequação do tema e do conceito propostos à natureza e às atividades da APS, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação (3 pontos);

b) a consistência da argumentação em defesa do tema e do conceito (5 pontos);

c) as possibilidades de interpretações e associações do conceito apresentado,

positivas e negativas, para o relacionamento da APS com seus públicos, especialmente nos âmbitos político, social, ambiental e econômico (3 pontos);

d) a consistência técnica da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta (3 pontos);

e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre a APS, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing para a elaboração da estratégia proposta (3 pontos);

f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial e as informações do Plano de Mídia e Não-Mídia (3 pontos).

Subquesito 3 - **Ideia Criativa (até 25 pontos)**

a) o alinhamento das peças propostas com a Estratégia de Comunicação Publicitária (5 pontos);

b) a pertinência da solução criativa com a natureza da APS, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (5 pontos);

c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo (3 pontos);

d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam (3 pontos);

e) a originalidade das soluções criativas e a multiplicidade de interpretações, tanto favoráveis quanto desfavoráveis, e as associações que elas comportam, para o relacionamento da APS com seus públicos, especialmente nos âmbitos político, social, ambiental e econômico (5 pontos);

f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo (2 pontos);

g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, considerada a verba referencial e as informações do Plano de Mídia e Não-Mídia (2 pontos).

Subquesito 4 - **Estratégia de Mídia e Não-Mídia (até 15 pontos)**

a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não-Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (2 pontos);

b) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia (4 pontos);

c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo e de consumo de mídia dos segmentos de públicos-alvo estabelecidos para a ação, conforme a estratégia apresentada (5 pontos);

d) as propostas de uso dos recursos próprios de comunicação da APS e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia (2 pontos);

e) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, especialmente os demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência (2 pontos).

20.10.1.2. **Currículo Corporativo** (identificado)

Capacidade de Atendimento (até 10 pontos)

a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um (2 pontos);

b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da APS (2 pontos);

c) funcionalidade do relacionamento operacional entre a APS e a licitante (2 pontos);

d) a relevância e 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 APS (4 pontos).

Repertório (até 10 pontos)

a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação (5 pontos);

b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo (3 pontos);

c) a qualidade da elaboração, produção, execução e acabamento das peças (2 pontos).

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (até 10 pontos)

a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária (3 pontos);

b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente (3 pontos);

c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos (2 pontos);

d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante (2 pontos).

20.10.2. A pontuação da Proposta Técnica poderá resultar na pontuação máxima de **100 (cem) pontos**.

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

20.10.4. O julgamento dos quesitos e subquesitos será feito com base nos critérios definidos no subitem 20.2.1., por meio do preenchimento da Ficha de Avaliação da Subcomissão Técnica (Anexo V), sendo aplicada a pontuação prevista a seguir:

QUESITO		PASTA	PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Publicitária		Pasta padronizada não identificada	**70**
SUBQUESITOS	I. Raciocínio Básico		10
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária		20
	III. Ideia Criativa		25
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia		15
2. Capacidade de Atendimento		Pasta identificada	**10**
3. Repertório			**10**
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação			**10**
PONTUAÇÃO TOTAL			**100**

20.10.5. A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal, sendo cada atributo justificado textualmente.

20.10.6. A Subcomissão Técnica 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, em conformidade com os critérios objetivos previstos. Este procedimento não será realizado na existência de diferença dentro de atributos (itens enumerados como letras nos itens 20.10.1 e 20.10.2).

20.10.6.1. Persistindo a diferença de pontuação após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica autores de todas as pontuações com diferença superior a 20% de outra pontuação para o mesmo quesito deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída. A ata será assinada por todos os membros da Subcomissão e integrada ao processo administrativo.

20.10.7. A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 04 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório; e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

20.10.8. Será desclassificada da licitação a Licitante que apresentar a Proposta Técnica que incorrer em qualquer das situações abaixo:

a) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada;

b) obtiver pontuação zero em qualquer quesito ou subquesito.

20.10.9. A Subcomissão Técnica realizará as análises do Currículo Corporativo apenas após entregues, e registradas pela Comissão de Licitação em documento próprio, as notas atribuídas ao Plano de Comunicação Publicitária.

20.11. Julgamento das Propostas de Preços

20.11.1. Os Preços Propostos pelas licitantes em cada quesito da Proposta de Preços serão considerados na identificação de suas Pontuações Parciais de Preço (PPP) da seguinte forma:

a) Percentual de desconto a ser concedido à contratante sobre os custos internos dos serviços executados pela contratada, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, nos termos do Art. 11 da Lei 4.680/1965;

PPP1 = (PPL1/MPD)*0,35

sendo
MPD = Maior Percentual de Desconto dentre aqueles propostos pelas licitantes no PPL1
PPL1 = Percentual Proposto pela Licitante para a alínea "a" do subquesito 20.8.2.
0,35 = peso atribuído ao serviço descrito na alínea "a" do subquesito 20.8.2.

b) Percentual de honorários incidente sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão do licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça ou material cuja distribuição não proporcione ao licitante o desconto de agência concedido pelos agentes de veiculação de publicidade, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965;

PPP2 = ((MPH+1)/(PPL2+1))*0,35

sendo
MPH = Menor Percentual de Honorários dentre aqueles propostos pelas licitantes no PPL2
PPL2 = Percentual de Referência da alínea "b" do subquesito 20.3.2.
0,35 = peso atribuído ao serviço descrito na alínea "b" do subquesito 20.8.2.

c) percentual de honorários incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:

I. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação ou estratégia publicitária, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste realizadas a suas expensas;

II. à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a distribuição ou veiculação da peça ou material não proporcione ao licitante o desconto de agência concedido pelos agentes de veiculação de publicidade, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965; e

III. à reimpressão de peças publicitárias, compreendendo-se esta como a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas.

PPP3 = ((MPH+1)/(PPL3+1))*0,10

sendo
MPH = Menor Percentual de Honorários dentre aqueles propostos pelas licitantes PPL3
PPL3 = Percentual Proposto pela Licitante para a alínea "c" do subquesito 20.8.2.
0,10 = peso atribuído ao serviço descrito na alínea "c" do subquesito 20.8.2.

d) percentual de honorários incidente sobre o volume do investimento aplicado na distribuição de peças por meio de agentes de veiculação de publicidade, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, referentes à intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização dessa distribuição a ser realizado pela licitante, que não lhe proporciona o desconto de agência, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965;

PPP4 = ((MPH+1)/(PPL4+1))*0,10

sendo

MPH = Menor Percentual de Honorários dentre aqueles propostos pelas licitantes no PPL4

PPL4 = Percentual Proposto pela Licitante para a alínea "d" do subquesito 20.8.2.

0,10 = peso atribuído ao serviço descrito na alínea "d" do subquesito 20.8.2.

e) Percentual de honorários incidente sobre os preços dos bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação, em consonância com novas tecnologias, não enquadradas no subitem IV, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, cuja execução não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos agentes de veiculação de publicidade, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965.

PPP5 = ((MPH+1)/(PPL4+1))*0,10

sendo

MPH = Menor Percentual de Honorários dentre aqueles propostos pelas licitantes no PPL5

PPL5 = Percentual Proposto pela Licitante para a alínea "e" do subquesito 20.8.2.

0,10 = peso atribuído ao serviço descrito na alínea "e" do subquesito 20.8.2.

20.11.2. O Índice de Preços (IP) de cada licitante será composto pela somatória das Pontuações Parciais de Preço (PPP), e será considerado no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, conforme item 20.11:

IP = PPP1 + PPP2 + PPP3 + PPP4 + PPP5

20.11.3. Serão desclassificadas as licitantes que apresentarem percentuais inferiores a 61% para o item a); e/ou superiores a 7% para os itens b), c) e d); e/ou superiores a 8% para o item e).

20.12. Cálculo da Pontuação Final (PF)

20.12.1. Para identificar a Pontuação Final (PF) de cada licitante, a Comissão de Licitação realizará o seguinte cálculo:

I. Identificação da Pontuação Técnica (PTL) de cada Licitante, composta pela somatória das notas atribuídas pela Subcomissão Técnica aos Planos de Comunicação Publicitária e seus subquesitos, e aos Currículos Corporativos e seus quesitos.

II. Identificação do Índice Técnico (IT) de cada licitante, utilizando-se duas casas decimais, obtido pela aplicação da fórmula

IT = PTL/MPT

onde:

IT = Índice Técnico;

PTL = Pontuação Técnica da Licitante, nos termos do subitem 20.10.7;

MPT = Maior Pontuação Técnica dentre as apresentadas pelas licitantes.

III. Identificação do Índice de Preços (IP) de cada licitante, utilizando-se duas casas decimais, pela aplicação da fórmula

IP = Σ PPP

onde:

IP = Índice de Preços.

PPP = Pontuações Parciais de Preço, conforme item 20.12.

IV. Identificação da Pontuação Final (PF) de cada licitante, utilizando-se duas casas decimais, obtida pela aplicação da fórmula

PF = (IT x PT) + (IP x PP)

onde:

PF = Pontuação Final.

IT = Índice Técnico.

PT = Peso Técnico, de valor 0,7, que corresponde ao peso 7 (sete, ou 70%).

IP = Índice de Preços.

PP = Peso de Preços, de valor 0,3, que corresponde ao peso 3 (três, ou 30%).

20.12.2. Em caso de empate, será aplicado o Art. 55 da Lei 13.303/2016, ficando a comissão de licitação responsável pela aplicação dos dispositivos em questão.

21. DATA, LOCAL e ASSINATURA

O presente Termo de Referência está adequado ao que dispõe o Regulamento Interno de Licitações da APS – RILC, e às demais legislações vigentes.

Santos, 01 de setembro de 2026.

Lucas Santos Mulero
Assistente Pleno
SEMAR – Supervisão de Marketing

Dennis **Christofer De Paula Silva**
Supervisor
SEMAR – Supervisão de Marketing

APROVO o presente Termo de Referência, e estou de acordo com todas as informações prestadas na declaração e assinaturas acima.

Clóvis Rodolpho Carvalho de Vasconcellos
Superintendente
SUCOC – Superintendência de
Comunicação Corporativa

Anexo I – Briefing

(Sigiloso – publicado apenas junto do edital)

Anexo II - Planilha de Preços Sujeitos a Valoração

PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO

Razão Social da Licitante:
Nome Fantasia:

	CATEGORIA DE SERVIÇO SUJEITA A VALORAÇÃO	OFERTA
a)	percentual de desconto **igual ou superior a 61%** (sessenta e um por cento), a ser concedido à contratante sobre os custos internos dos serviços executados pela contratada, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, nos termos do Art. 11 da Lei 4.680/1965	
b)	percentual de honorários **igual ou inferior a 7%** (sete por cento), incidente sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão do licitante, **referentes à produção e à execução técnica de peça ou material cuja distribuição não proporcione ao licitante o desconto de agência** concedido pelos agentes de veiculação de publicidade, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965;	
c)	percentual de honorários **igual ou inferior a 7%** (sete por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, **referentes**:	
I.	ao **planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação** e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação ou estratégia publicitária, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste realizadas a suas expensas;	
II.	à **renovação do direito de autor e conexos e aos cachês**, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a distribuição ou veiculação da peça ou material não proporcione ao licitante o desconto de agência concedido pelos agentes de veiculação de publicidade, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965;	
III.	à **reimpressão de peças publicitárias**, compreendendo-se esta como a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas.	
d)	percentual de honorários **igual ou inferior a 7%** (sete por cento), incidente sobre o volume do investimento aplicado na distribuição de peças **por meio de agentes de veiculação de publicidade, em consonância com novas tecnologias**, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, referentes à **intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização** dessa distribuição a ser realizado pela licitante, **que não lhe proporciona o desconto de agência**, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965;	
e)	Percentual de honorários **igual ou inferior a 8%** (oito por cento), incidente sobre os preços dos **bens e serviços especializados prestados por fornecedores**, com a intermediação e supervisão da licitante, **referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação**, em consonância com novas tecnologias, **não enquadradas no subitem IV**, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, cuja execução **não lhe proporcione o desconto de agência** concedido pelos agentes de veiculação de publicidade, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965.	

Local, Data

_____

Nome do representante

Cargo

Anexo III - Quadro Resumo da Pesquisa de Preços

* Na tabela REMUAUG do Gov. Federal, quando um anunciante tem mais de uma agência oriundas de mesma licitação, é apresentado apenas o valor total, visto que não há divisão de contas (§3°, art. 2° da Lei n° 12.232/2010)

** Os valores do item a) na tabela REMUAUG foram convertidos, uma vez que aquela tabela apresenta o percentual pago, porém a licitação será realizada pelo desconto ofertado

Órgão/Entidade local (pesquisa regional de contratos)	**Agência**	**Nº da licitação ou do contrato**	**Valor Original do Contrato***	**a) Desconto concedido pela agência -** Ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela agência com base na tabela de preços do sindicato local	**b) Serviços referentes à produção** e à execução técnica de peça ou material cuja distribuição/veiculação **NÃO** proporcionam o deconto concedido pelo veículo à agência	**c) Planejamento e execução de pesquisas, renovação de direito de autor, reimpressão etc**	**d)** distribuição de peças por meio de **agentes de veiculação de publicidade, em consonância com novas tecnologias**, e intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização, **que não lhe proporciona o desconto de agência**	**e) Repasse de parte do desconto da agência ao órgão ou entidade**	**f)** Criação, implementação e desenvolvimento de **formas inovadoras de comunicação publicitária,** destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias
Câmara Municipal de Santos	Verge Studio Comunicação Ltda	01/2024	1.500.000,00	81%	0,2%	0,2%	3,0%	-	-
Prefeitura de Guarujá	RP Propaganda Ltda	240/2022	3.657.760,04	61%	4,9%	-	4,9%	-	-
Prefeitura de Cubatão	Agência Nacional de Propaganda Ltda	02/2023	10.000.000,00	60%	10%	10%	10%	3%	15%
Prefeitura de Bertioga	Central Business Comunicação Ltda	02/2022	6.000.000,00	60%	10%	10%	10%	2%	15%
	Mediana		**4.828.880,02**	**61%**	**7,45%**	**10%**	**7,45%**	**2,5%**	**15%**

Órgão/Entidade do SICOM (tabela REMUAUG)	**Agência**	**Nº da licitação ou do contrato**	**Valor Original do Contrato***	**a) Desconto concedido pela agência -** Ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela agência com base na tabela de preços do sindicato local**	**b) Serviços referentes à produção** e à execução técnica de peça ou material cuja distribuição/veiculação **NÃO** proporcionam o deconto concedido pelo veículo à agência	**c) Planejamento e execução de pesquisas, renovação de direito de autor, reimpressão etc**	**d)** Criação, implementação e desenvolvimento de **formas inovadoras de comunicação publicitária**, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias	**e) Repasse de parte do desconto da agência ao órgão ou entidade**	**f)** Criação, implementação e desenvolvimento de **formas inovadoras de comunicação publicitária,** destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias
Banco da Amazônia	Escala Comunicação e Marketing Ltda	2024/02	50.000.000,00	30%	4%	3%	10%	6%	2%
Banco da Amazônia	Calix Propaganda LTDA	2024/02		30%	4%	3%	10%	6%	2%
Banco do Nordeste do Brasil S/A	View 360 Comunicação Integrada	2023/110	60.000.000,00	66,5%	4.10%	3.80%	12.50%	6%	12,5%
Banco do Nordeste do Brasil S/A	EBM Quinto Comunicão	2023/110		66,5%	4.10%	3.80%	12.50%	6%	12,5%
Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social	Artplan Comunicação	01/2020	75.000.000,00	100,00%	4%	4%	5%	5%	4%
Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social	MacCann Erickson	01/2020		100,00%	4%	4%	5%	5%	4%
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa C	Jsmax Publicidade e Propaganda Ltda	01/2020	700.000,00	40%	0	0	0	5%	0%
Istituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de M	Arkus Propaganda LTDA	01/2023	400.000,00	70%	8%	1%	8%	5%	1%
Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária - Infraero	Escala Comunicação e Marketing Ltda	037/2020	7.000.000,00	60%	5%	4%	5%	5%	4%
Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária - Infraero	Calia/Y2 Propaganda e Marketing Ltda	037/2020		60%	5%	4%	5%	5%	4%
Ministério da Integração e Desenvolvimento Regional	Agência Nacional de Propaganda LTDA	01/2021	55.000.000,00	64%	5%	4.2%	5%	5%	3,3%
Ministério da Integração e Desenvolvimento Regional	Cálix Comunicação e Publicidade LTDA	01/2021		64%	5%	4.2%	5%	5%	3,3%
Ministério da Educação	Escala Comunicação e Marketing Ltda	01/2018	32.500.000,00	90%	8%	1%	8%	5%	1%
Ministério das Comunicações	CAVEAT COMUNICACAO LTDA	90003/2024	25.000.000,00	67%	4,40%	2.4%	4,4%	5%	1,8%
Ministério das Comunicações	Companhia de Comunicação e Publicidad	90003/2024		67%	4,40%	2.4%	4,4%	5%	1,8%
Autoridade Portuária de Santos S.A.	Oficina de Idéias Publicidade LTDA	08/2021	2.200.000,00	70%	5%	5%	-	0%	5%
Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia	Binder Comunicação	01/2024	40.000.000,00	100,00%	1,90%	1.9%	1,9%	5%	14%
Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia	Puxe Comunicação	01/2024		100,00%	1,90%	1.9%	1,9%	5%	14%
Serviço Federal de Processamento de Dados	Binder Reimagine	90071/2024	20.000.000,00	53%	4%	3%	4%	5%	3%
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul	Z3 Publicidade e Propaganda LTDA	01/2024	5.000.000,00	70%	0	10%	15%	5%	5%
	Mediana		**25.000.000,00**	**67%**	**4%**	**5%**		**5%**	**4%**

VALOR DA LICITAÇÃO	**MÉDIA ARITMÉTICA ENTRE AS MEDIANAS REGIONAL E FEDERAL**					
9.214.440,01	**64%**	**6%**	**7%**	**6%**	**4%**	**9%**

Presidência da República
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

Anunciantes do Poder Executivo Federal - Remuneração de Agências de Propaganda

Órgão/Unidade	Ugio	Agência	Ugio da agência	cnpj	Início Relação	Término do Contrato	Data de assinatura do contrato original	Vinculação para a agência do contrato original	nome do agente de contratação	cnpj do agente de contratação	Data de assinatura do último aditivo assinado	Percentual estabelecido pelo agência de propaganda para cada um dos serviços que compõem o contrato de prazo de contratação	Fee-cap: para que o percentual fixo a ser pago à agência seja considerado	Algum dos pontos de incentivo à agência foi atingido	Fee-cap: para que o percentual fixo a ser pago à agência seja considerado	Planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação de campanhas de comunicação	Produção: Produção de roteiro e criação e/ou execução	Assessoria de apoio ao gestor	Criação, implementação e desenvolvimento de campanhas de comunicação institucional, de utilidade pública e de interesse público, em consonância com os eixos estratégicos	Atuação dos 30 Anexos do contrato: Anexo I - Especificação dos serviços de publicidade; Anexo II - Especificação dos serviços de produção; Anexo III - Especificação dos serviços de planejamento e execução de campanhas; Anexo IV - Especificação dos serviços de pesquisa; Anexo V - Especificação dos serviços de mídia; Anexo VI - Especificação dos serviços de assessoria de apoio ao gestor; Anexo VII - Especificação dos serviços de criação, implementação e desenvolvimento de campanhas; Anexo VIII - Especificação dos serviços de produção; Anexo IX - Especificação dos serviços de planejamento e execução de campanhas; Anexo X - Especificação dos serviços de pesquisa; Anexo XI - Especificação dos serviços de mídia; Anexo XII - Especificação dos serviços de assessoria de apoio ao gestor; Anexo XIII - Especificação dos serviços de criação, implementação e desenvolvimento de campanhas; Anexo XIV - Especificação dos serviços de produção; Anexo XV - Especificação dos serviços de planejamento e execução de campanhas; Anexo XVI - Especificação dos serviços de pesquisa; Anexo XVII - Especificação dos serviços de mídia; Anexo XVIII - Especificação dos serviços de assessoria de apoio ao gestor; Anexo XIX - Especificação dos serviços de criação, implementação e desenvolvimento de campanhas; Anexo XX - Especificação dos serviços de produção; Anexo XXI - Especificação dos serviços de planejamento e execução de campanhas; Anexo XXII - Especificação dos serviços de pesquisa; Anexo XXIII - Especificação dos serviços de mídia; Anexo XXIV - Especificação dos serviços de assessoria de apoio ao gestor; Anexo XXV - Especificação dos serviços de criação, implementação e desenvolvimento de campanhas; Anexo XXVI - Especificação dos serviços de produção; Anexo XXVII - Especificação dos serviços de planejamento e execução de campanhas; Anexo XXVIII - Especificação dos serviços de pesquisa; Anexo XXIX - Especificação dos serviços de mídia; Anexo XXX - Especificação dos serviços de assessoria de apoio ao gestor	Fee-Cap: Percentual máximo de remuneração da agência de propaganda	Fee-Cap: Percentual mínimo de remuneração da agência de propaganda
[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	01/01/2023	01/01/2023	[redacted]	[redacted]	01/01/2023	01/01/2023	[redacted]	n/a	[redacted]	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	01/01/2023	01/01/2023	[redacted]	[redacted]	01/01/2023	01/01/2023	[redacted]	n/a	[redacted]	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	13/03/2023	13/03/2023	[redacted]	[redacted]	13/03/2023	13/03/2023	[redacted]	100%	n	0,00%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	01/01/2023	01/01/2023	[redacted]	[redacted]	01/01/2023	01/01

7. PROCESSO Nº 8557/2025
DISCUSSÃO PRELIMINAR
PROJETO DE LEI Nº 261/2025

Dispõe sobre a coleta domiciliar de exames laboratoriais para pessoas com necessidades especiais, temporárias ou permanentes, no Município de Santos, e dá outras providências.

8. PROCESSO Nº 15052/2025
DISCUSSÃO PRELIMINAR
PROJETO DE LEI Nº 467/2025

Estabelece regulamentação para circulação de veículos na praia de Santos.

ADILSON DOS SANTOS JUNIOR
PRESIDENTE

SECRETARIA LEGISLATIVA

DIRETORIA LEGISLATIVA

PORTARIA Nº 62/2026
PROCESSO Nº 1146/2026

A Mesa Diretora da Câmara Municipal de Santos, no uso de suas atribuições legais, resolve nomear em substituição, o Sr. Fabricio Caldas da Rocha Varela no cargo de Assessor Parlamentar, símbolo C-2, de livre provimento, para atuar junto ao gabinete do vereador Rafael Pasquarelli Mattos, no período de 16 de fevereiro a 20 de março de 2026, por impedimento por férias do titular.

Registre-se, publique-se e cumpra-se.

Gabinete da Presidência, em 24 de fevereiro de 2026

ADILSON DOS SANTOS JUNIOR
PRESIDENTE

ADRIANO ALEX PIEMONTE
1º SECRETÁRIO

MAURICIO CESAR CAMPOS SILVA
2º SECRETÁRIO

DECLARAÇÃO RESUMIDA DOS BENS E RENDAS

Nome: Fabricio Caldas Rocha Varela
Cargo: Assessor Parlamentar
Unidade de Lotação: Gabinete do Vereador Rafael Pasquarelli

I - PATRIMÔNIO DO DECLARANTE

Tipo do Bem	Descrição	Aquisição (Data)
1	moto bis 125	01 / 10 / 2025
1	casa em Praia Grande	01/10/2019

COMUNICADO

Processo Administrativo nº 1443/2022
Concorrência nº 01/2024
Interessado: Diretoria de Comunicação
Objeto: Contratação de agência especializada para prestação de serviços de publicidade para a Câmara Municipal de Santos, conforme especificações técnicas e condições estabelecidas no Edital e seus Anexos.

Em face dos elementos constantes no processo em epígrafe, a Comissão de Contratação comunica que a Mesa Diretora decidiu pela improcedência das manifestações de recurso oferecido pela empresa Oficina de Ideias Publicidade Ltda, determinando a homologação e adjudicação do procedimento licitatório realizado através da Concorrência nº 01/2024 à empresa VERGE STUDIO COMUNICAÇÃO LTDA - CNPJ nº 10.750.678/0001-45.

Valor anual estimado pela administração: R$ 1.500.000,00.

A empresa deverá praticar os seguintes preços, conforme Proposta Comercial apresentada:

a) Em decorrência dos trabalhos de criação e produção interna, será aplicada a Tabela Referencial de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, com desconto de 81% (oitenta e um por cento), respeitado o limite mínimo estabelecido no Edital.

b) Honorários de 0,2% (dois décimos por cento), incidente sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja de terceiros sob a supervisão da CONTRATADA referentes à peça e/ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação nos termos do artigo 11 da Lei no 4.680/1965.

Publique-se na forma da lei.

Santos, 25 de fevereiro de 2026.

ROSE FARIAS BRAGA
COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO

CYNTHIA FAGUNDES DE O.PIMENTEL
COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO

GUILHERME GONFIANTINI JUNQUEIRA
COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE Nº ADM 108/2023

O **MUNICIPIO DE CUBATÃO**, pessoa jurídica de direito público interno, órgão executivo do Município, inscrito no CNPJ do MF sob n° 47.492.806/0001-08, com endereço na Praça dos Emancipadores, s/n° - Centro - Cubatão/SP, doravante designado **CONTRATANTE**, neste instrumento representado pelo Senhor Prefeito Municipal, ADEMÁRIO DA SILVA OLIVEIRA, portador da Cédula de identidade RG n.º 22.546.661 e CPF n.º 133.863.968-44; também por seu Secretário de Comunicação Social, Senhor CLÁUDIO PICCIULA BARAZAL, portador do CPF nº 062.263.638-35 e, de outro lado, a empresa **AGÊNCIA NACIONAL DE PROPAGANDA LTDA. – AGÊNCIA NACIONAL (Filial)**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ do MF sob n° 61.704.482/0004-06, com sede na SGAN 601, Bloco H, Sala 21 a 28 SS2, Edifício ION Escritórios Inteligentes, CEP 70.830-018 - Asa Norte - Brasília/DF, doravante designada **CONTRATADA**, neste ato representada na forma de seu Contrato Social pelo seu Administrador, Senhor PAULO DE TARSO LOBÃO MORAIS, portador da Cédula de Identidade R.G n.º 8.666.678 - SSP/SP e CPF n.º 017.027.318-04, com endereço comercial na Rua Cupertino Durão, nº 118, apartamento 302 – Leblon – Rio de Janeiro/RJ, CEP: 22.441-030, após este último declarar que conhece e aceita todas as especificações, condições e estipulações do presente Contrato e do Edital de Concorrência nº 02/2023, na forma do que consta do processo administrativo nº 12.025/2021, têm justos e contratados os serviços ali previstos, com base na Lei nº 12.232/2010 e, de forma complementar, nas Leis nº 4.680/1965 e Lei nº 8.666/1993, submetendo-se as partes de acordo com as cláusulas, condições e obrigações seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA – DA LEGISLAÇÃO E DOS DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1. O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei nº 12.232/2010 e, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965 e 8666/1993.

1.2. Independentemente de transcrição, fazem parte deste contrato e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condições aqui não expressamente alterados – o Edital da Concorrência nº 02/2023 e seus Anexos, bem como as Propostas Técnica e de Preços apresentadas pela contratada.

CLÁUSULA SEGUNDA – DO OBJETO

2.1. Constitui objeto da presente licitação a contratação de 1 (uma) Agência de Publicidade para prestação de serviços de publicidade institucional ou de utilidade pública visando a elaboração de projetos e campanhas da Prefeitura de Cubatão, compreendendo como serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, para realização de atividades integradas que possibilite o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução externa e interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação com objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir idéias ou informar ao público em geral, com caráter educativo, informativo ou de orientação social.

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

a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;

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

c) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada.

2.1.1.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea "a" do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Governo Municipal de Cubatão, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

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

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

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

2.2. A CONTRATADA atuará por ordem e conta da CONTRATANTE, em conformidade com o artigo 3º da Lei 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1 e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

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

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

CLÁUSULA TERCEIRA – DA VIGÊNCIA E DA PRORROGAÇÃO

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

3.1.1. A CONTRATANTE poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do inciso II do artigo 57 da Lei 8.666/1993.

3.1.2. No interesse do Município de Cubatão, a contratada fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado dos contratos, conforme disposto no artigo 65, parágrafos 1º e 2º, da Lei 8.666/1993.

CLÁUSULA QUARTA – DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1. A despesa a ser realizada pela CONTRATADA nos primeiros 12 (doze) meses está estimada em R$ 10.000.000,00 (dez milhões de reais), conforme estabelecido no subitem 2.4 da Cláusula Segunda.

4.2. O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício, no montante de 2.500.000,00 (dois milhões e quinhentos mil reais), correrá por conta da seguinte dotação orçamentária: UNIDADE Nº 02.06.03.04.131.0002.2.032, ELEMENTO ECONÔMICO Nº 3.3.90.39.00.

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

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

CLÁUSULA QUINTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

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

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

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

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

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

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

5.1.3.1.1. O disposto no subitem 5.1.3.1 não abrange os planos de incentivo eventualmenteconcedidos por veículos à CONTRATADA, nos termos do artigo 18 da Lei 12.232/2010.

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

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

5.1.3.3.1. O desrespeito ao disposto no subitem 5.1.3.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato.

5.1.4. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2 no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e

conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

5.1.5. Observar a seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados à CONTRATANTE:

I – fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

II – só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados junto à Prefeitura Municipal de Cubatão, como tais, aptos a fornecer à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;

III – apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

IV – exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

V – a cotação deverá ser apresentada no original, em pape timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

VI – juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito e em atividade, CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido;

VII – a CONTRATADA após recebimento de cada processo de pagamento pela CONTRATANTE fica obrigada, no prazo de 7 (sete) dias úteis, a apresentar comprovante de pagamento referente aos serviços de fornecedores executados em prol do objeto deste contrato.

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

coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da CONTRATANTE.

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

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

a) supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato;

b) realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

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

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

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

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

I – um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;

II – dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

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

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

5.1.9. Apresentar à CONTRATANTE para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possívele dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5 e as justificativas que demonstrem tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no artigo 15 da Lei 12.232/2010.

5.1.10. Apresentar à CONTRATANTE como alternativa ao subitem 5.1.9, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quaisserá possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.4 e as justificativas que demonstrem tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no artigo 15 da Lei 12.232/2010.

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

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

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

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

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

a) TV e Cinema: cópias em Betacam e/ou arquivos digitais;

b) internet: cópias em arquivos digitais;

c) rádio: cópias em arquivos digitais;

d) mídiasimpressas e material publicitário: cópias digitais.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

5.1.20. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o artigo 4º e seu parágrafo primeiro da Lei 12.232/2010.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

5.1.30.1. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar a CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à CONTRATANTE as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

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

CLÁUSULA SEXTA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

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

a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;

b) comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos verbais, determinados pela urgência, que deverão ser confirmados por escrito no prazo de 24 (vinte e quatro) horas úteis;

c) fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

d) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à contratação de fornecedores de bens e serviços especializados pela CONTRATADA;

e) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

f) notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;

g) notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

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

CLÁUSULA SÉTIMA – FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

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

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

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

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

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

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

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

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

7.7. A CONTRATADA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste contrato, fornecendo informações,

propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentada pela fiscalização.

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

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

CLÁUSULA OITAVA – REMUNERAÇÃO

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

8.1.1. Ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA, com base na Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, com a concessão do desconto de 60 % (sessenta por cento);

8.1.2. percentual de honorários 10% (dez por cento) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

8.1.3. percentual de honorários 10% (dez por cento) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

8.1.4. percentual de honorários 10% (dez por cento) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material;

8.1.5. Percentual de remuneração 15% (quinze por cento) incidente sobre veiculação de mídia digital intermediada pela CONTRATADA, que não

proporcione à agência o desconto de agência concedido por veículos de divulgação;

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

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

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

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

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

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

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

CLÁUSULA NONA – DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1. Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o artigo 11 da Lei 4.680/1965.

9.2. Quando do pagamento de cada uma das faturas de veiculação, conforme previsto no item 11.1.1 a CONTRATADA repassará à CONTRATANTE, sob a forma de desconto, parte do desconto padrão de agência a que faz jus, cabendo, do valor correspondente à veiculação, 17% (dezessete por cento) à CONTRATADA e 3% (três por cento) à CONTRATANTE, desde que atendidas as disposições do Anexo B das Normas-Padrão quanto à possibilidade de repasse parcial do desconto de agência, de acordo com a verba anual de mídia da CONTRATANTE.

9.2.1. O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pelos veículos de divulgação pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do artigo 19 da Lei 12.232/2010.

CLÁUSULA DÉCIMA – DIREITOS AUTORAIS

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

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

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

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

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

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

10.2.1.1.1. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do IPCA - IBGE, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

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

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

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

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

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

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

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

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

I – a correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, em letra bem legível, em nome da CONTRATANTE, CNPJ nº CNPJ n. 47.492.806/0001-08, da

qual constará o número deste contrato e as informações para crédito no Banco BRB, número 070, agência 0208, conta corrente nº 208.035.657-1, bem como toda a documentação fiscal que demonstrem a regularidade com o município, estado e governo federal que trata o item 11.5.1.

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

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

11.1.1. Os documentos de cobrança e demais informações necessárias à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à CONTRATANTE, no seguinte endereço: Praça dos Emancipadores, s/nº - Centro – Cubatão/SP, 2º andar do Paço Municipal – Secretaria Municipal de Comunicação Social.

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

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

I – serviços executados pela CONTRATADA:

a) intermediação e supervisão de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

b) execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e III do subitem 11.1;

II – serviços especializados prestados por fornecedores e veiculação:

a) produção e execução técnica de peça e ou material: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

b) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

c) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

d) veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1, da demonstração do valor devido ao veículo, da indicação dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 11.5.

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

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

11.2.3. Os preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o artigo 15 da Lei 12.232/2010, será conferido pelo gestor/fiscal do contrato, por ocasião da apresentação do Plano de Mídia pela CONTRATADA à CONTRATANTE.

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

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

I – exemplar original de revista;

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

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

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

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

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

I.2) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nos inciso I e I.1 deste subitem, a CONTRATADA poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do artigo 299 do Código Penal, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação.

II – Mídia Exterior:

II.1. Mídia Out Off Home: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do artigo 299 do Código Penal, firmada pela empresa

que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração.

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

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

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

11.4.2. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos inciso I, II e III do subitem 11.5.1. serão estabelecidas formalmente pela CONTRATANTE antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

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

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

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

11.7. No caso de eventual falta de pagamento pela CONTRATANTE nos prazos previstos, o valor devido será corrigido financeiramente, mediante solicitação expressa da CONTRATADA, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do IGP-DI da Fundação Getúlio Vargas.

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

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

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

11.9.1 A CONTRATADA informará à CONTRATANTE os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada ordem bancária de pagamento emitida pela CONTRATANTE e encaminhará relatórios até o décimo quinto dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

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

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

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

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

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – GARANTIA

12.1. A CONTRATADA prestará garantia, em favor da CONTRATANTE, no valor de R$ 100.000,00 (cem mil reais) correspondente a 1% (um por cento) do valor deste contrato, estimado para a execução dos serviços, no prazo de até 30 dias úteis, contados a partir da data de assinatura deste contrato.

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

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

12.4. Na hipótese de prorrogação deste contrato, a CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas na Lei 8.666/1993.

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

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

13.1. O descumprimento das obrigações assumidas pela CONTRATADA, sem justificativa aceita pela CONTRATANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções administrativas:

I – advertência;

II – multa de mora e multa por inexecução contratual;

II – suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a CONTRATANTE por prazo de até 2 (dois) anos;

IV – declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

13.1.1. Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurado à CONTRATADA o contraditório e a ampla defesa.

13.1.2. As sançõesaplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato devidamente justificado da autoridade competente.

13.2. A aplicação das sanções observará as seguintes disposições:

I – as multas e a advertência serão aplicadas pelo SecretárioMunicipal de Comunicação de Cubatão;

II – caberá ao Secretário Municipal de Comunicação de Cubatão aplicar a suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a CONTRATANTE e propor a declaração de inidoneidade.

13.3. A sanção de advertência poderá ser aplicada nos seguintes casos:

I – descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente;

II – outras ocorrências que possam acarretar transtornos ao envolvimento dos serviços, a juízo da CONTRATANTE, desde que não caiba a aplicação de sanção mais grave.

13.3.1. No ato de advertência, a CONTRATANTE estipulará prazo para o cumprimento da obrigação e ou responsabilidade mencionadas no inciso I e para a correção das ocorrências de que trata o inciso II, ambos do subitem 13.3.

13.4. A multa moratória poderá ser cobrada pelo atraso injustificado no cumprimento do objeto ou de prazos estipulados.

13.4.1. O atraso sujeitará a CONTRATADA à multa de 1% (um por cento) por dia de atraso na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, até o limite de 30 (trinta) dias úteis, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida.

13.4.2. O atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias na entrega de material ou execução de sérvios caracterizará inexecução total deste contrato.

13.5. A inexecução contratual sujeitará a CONTRATADA à multa compensatória de:

I – de 1% (um por cento) calculada sobre o valor da nota fiscal correspondente ao material ou ao serviço em que tenha ocorrida a falta, quando caracterizada a inexecução parcial ou execução insatisfatória deste contrato;

II – 1% (um por cento) calculado sobre o valor previsto no subitem 4.1 pela:

a) recusa injustificada em apresentar a garantia prevista nos subitens 12.1 e 12.4 deste contrato;

b) inexecução total deste contrato;

c) pela interrupção da execução deste contrato, sem prévia autorização da CONTRATANTE.

13.6. A suspensão do direito de licitar e contratar com a CONTRATANTE poderá ser aplicada à CONTRATADA se, por culpa ou dolo, prejudicar ou tentar prejudicar a execução deste ajuste, nos seguintes prazos e situações:

I – por até 2 (dois) anos:

a) Não conclusão dos serviços contratados;

b) Prestação do serviço em desacordo com as especificações constantes da Ordem de Serviço depois da solicitação de correção efetuada pela CONTRATANTE;

c) Cometimento de quaisquer outras irregularidades que acarretem prejuízo à CONTRATANTE, ensejando a rescisão deste contrato por sua culpa;

d) Condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos e contribuições, praticada por meios dolosos;

e) Apresentação à CONTRATANTE, de qualquer documento falso ou falsificação, no todo ou em parte, como objeto de participar da licitação que deu origem a este contrato, que venha ao conhecimento da CONTRATANTE após a assinatura deste contrato, ou para comprovar, durante sua execução, a manutenção das condições apresentadas na habilitação;

f) Demonstração, a qualquer tempo, de não possuir idoneidade para contratar com a CONTRATANTE em virtude de atos ilícitos praticados;

g) Ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei 8.666/1993, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento da CONTRATANTE após a assinatura deste contrato;

h) Reprodução, divulgação ou utilização, em beneficio próprio ou de terceiros, de quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio e expresso da CONTRATANTE.

13.7. A declaração de inidoneidade será aplicada quando constatada má-fé, ação maliciosa e premeditada em prejuízo da CONTRATANTE, atuação com interesses escusos, reincidência em faltas que acarretem prejuízo à CONTRATANTE ou aplicações anteriores de sucessivas outras sanções.

13.7.1. A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública será aplicada à CONTRATADA se, entre outros casos:

I – sofrer condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos, praticada por meios dolosos;

II – demonstrar, a qualquer tempo, não possuir idoneidade para licitar ou contratar com a CONTRATANTE, em virtude de atos ilícitos praticados;

III – reproduzir, divulgar ou utilizar em benefício próprio ou de terceiros, quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio da CONTRATANTE.

13.7.2. A declaração de inidoneidade implica proibição da CONTRATADA de transacionar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, perante a autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a CONTRATADA ressarcir a CONTRATANTE pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada.

13.8. Da aplicação das sanções de advertência multa e suspensão do direito de licitar ou contratar com a CONTRATANTE caberá recurso, no prazo de 5 (cinco)

dias úteis, contado do primeiro dia útil subsequente ao do recebimento da comunicação.

13.8.1. O recurso referente à aliciação de sanções deverá ser dirigido à autoridade imediatamente superior, por intermédio daquela responsável pela sua aplicação, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis ou, nesse mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 5 (cinco) dias úteis, contado do recebimento do recurso, conforme especificado a seguir:

a) as multas e a advertência: pela Secretaria Municipal de Comunicação Social por intermédio do Gestor/fiscal do contrato;

b) suspensão do direito de licitar ou contratar com a CONTRATANTE: ao Prefeito Municipal.

13.9. As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis, respondendo ainda a CONTRATADA por qualquer indenização suplementar no montante equivalente ao prejuízo excedente que causar, na forma do parágrafo único do artigo 416 do Código civil.

13.10. A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei 8.666/1993, incluída a responsabilização da CONTRATADA por eventuais perdas e danos causados à CONTRATANTE.

13.11. O valor das multas poderá ser descontado da garantia constituída, do valor da fatura de quaisquer serviços referentes ao presente contrato, cobrado diretamente ou, ainda quando for o caso, cobrado judicialmente da CONTRATADA.

13.11.1. O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela CONTRATANTE.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – RESCISÃO

14.1. O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos arts. 77 e 78nas formas estabelecidas no artigo 79, todos da Lei 8.666/1993.

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

a) for atingido por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;

b) for envolvida em escândalo público e notório;

c) quebrar o sigilo profissional;

d) utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;

e) não prestar garantia suficiente para garantir o cumprimento das obrigações contratuais;

f) motivar a suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que a CONTRATANTE, como consequência, venha a sofrer;

g) deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato;

h) vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da administração pública;

i) não comprovar a qualificação técnica de funcionamento prevista no artigo 4º da Lei 12.232/2010;

j) Deixar de atender ao disposto nos subitens 5.1.5.3, 11.9 e 11.9.1.

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DISPOSIÇÕES GERAIS

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

15.2. A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial, às suas expensas, na forma prevista no artigo 61, parágrafo único, da Lei 8.666/1993.

15.3. Constituem direitos e prerrogativas da CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei 8.666/1993, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

15.4. São assegurados à CONTRATANTE todos os direitos e faculdades previstos na Lei n. 8078/1990 (Código de Defesa do Consumidor).

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

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – FORO

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

E, por estrem justos e acordados, assinam o presente contrato em 04 (quatro) vias de igual teor e forma, na presença das testemunhas que igualmente o subscrevem.

Cubatão, 13 de Setembro de 2023.

ADEMARIO DA SILVA OLIVEIRA
Prefeito Municipal

CLAUDIO PICCIULA BARAZAL
Secretário Municipal de Comunicação

PAULO DE TARSO LOBÃO MORAIS
P/ Contratada

Testemunhas:

_____

_____

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

E, por estrem justos e acordados, assinam o presente contrato em 04 (quatro) vias de igual teor e forma, na presença das testemunhas que igualmente o subscrevem.

Cubatão, 13 de Setembro de 2023.

ADEMARIO DA SILVA OLIVEIRA
Prefeito Municipal

CLAUDIO PICCIULA BARAZAL
Secretário Municipal de Comunicação

PAULO DE TARSO LOBÃO MORAIS
P/ Contratada

Testemunhas:

_____

_____

PELA COMISSÃO ESPECIAL E TRANSITÓRIA DE LICITAÇÃO

FABIANA DE ABREU SILVA
PRESIDENTE
CPF:
Assinatura:

FABIANA GONÇALVES BARBOSA
MEMBRO
CPF: 320.991.768-09
Assinatura:

RENATA ALMEIDA DOS SANTOS
MEMBRO
CPF: 274.120.418-78
Assinatura:

GUILHERME AMARAL BELO NOGUEIRA
MEMBRO
CPF: 423.495.098-00
Assinatura:

AMANDA CRISTINA FERREIRA MUNIZ
MEMBRO
CPF: 329.895.568-00
Assinatura: Amanda Muniz

PELA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MORGANA SOUZA MONTEIRO
MEMBRO
CPF: 169.588.808-11
Assinatura:

ANA PAULA REIS CARLOS
MEMBRO
CPF: 298.338.798-45
Assinatura: Ana Paula Reis Carlos

CHRISTIANE CASTANHEIRA DOS SANTOS DE PAULA
MEMBRO
CPF: 159.197.748-78
Assinatura:

PELA CONTRATADA:

PAULO DE TARSO LOBÃO MORAIS
ADMINISTRADOR
CPF: 017.027.318-04
Assinatura:

EXTRATO DE CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE PUBLICIDADE

Nº ADM 128/2023. Contratante: P.M.C. - através da Secretaria Municipal de Comunicação. PA.:12.025/2021. Contratada: AGÊNCIA NACIONAL DE PROPAGANDA LTDA. – AGÊNCIA NACIONAL (filial). Assinatura: 13/09/2023. Objeto: Constitui objeto da presente licitação a contratação de 1 (uma) Agência de Publicidade para prestação de serviços de publicidade institucional ou de utilidade pública visando a elaboração de projetos e campanhas da Prefeitura Municipal de Cubatão, compreendendo como serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, para realização de atividades integradas que possibilidade o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução externa e interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação com objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar ao público em geral, com caráter educativo, informativo ou de orientação social. Também integral o objeto desta concorrência, como atividades complementares, todos os serviços especializados elencados no contrato em sua cláusula segunda. A despesa a ser realizada pela CONTRATADA nos primeiros 12 (doze) meses está estimada em R$ 10.000.000,00 (dez milhões de reais), conforme estabelecido no subitem 2.4 da Cláusula Segunda. O presente contrato terá duração de 12 (doze) meses, contatos a partir do dia da assinatura, podendo ser prorrogado nos termos do inciso II do artigo 57 da Lei 8.666/1993. Modalidade: Concorrência. Proponentes: 03.

Cubatão, 13 de Setembro de 2023.

Thamires Moreira de Siqueira

Divisão de Comunicações – Diretora.

Parte integrante da edição 1328 de 13/09/2023 - MTMyOCsyMDIzLTA5LTEz

Obras - SEMOB

NOTIFICAÇÃO - SFOPA REF. PROCESSO 1290/2014

Fica notificada a Sra. Edejane Maria dos Anjos, CPF 169.466.738/32, que foi AUTORIZADO um prazo de 180 (cento e oitenta) dias, a partir da data desta publicação , para atendimento à Intimação nº 5682.

Cubatão, 13 de setembro de 2023.

MARCOS LUIZ SANTOS

Ch. Serv. de Fiscalização de Obras Particulares

Parte integrante da edição 1328 de 13/09/2023 - MTMyOCsyMDIzLTA5LTEz

Planejamento - SEPLAN

Decreto Nº 11.876 de 13 de Setembro de 2023

ABRE CRÉDITO SUPLEMENTAR NA IMPORTÂNCIA DE R$ 4.328.316,48 (QUATRO MILHÕES TREZENTOS E VINTE E OITO MIL TREZENTOS E DEZESSEIS REAIS E QUARENTA E OITO CENTAVOS), E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

O PREFEITO MUNICIPAL DE CUBATÃO, no uso de suas atribuições legais e de conformidade com o disposto na Lei nº 4.265, de 25 de agosto de 2023,

D E C R E T A:

Artigo 1º - Fica aberto na Câmara Municipal de Cubatão, um crédito suplementar na importância de R$ 4.328.316,48 (quatro milhões trezentos e vinte e oito mil trezentos e dezesseis reais e quarenta e oito centavos), às dotações orçamentárias vigentes observada a seguinte discriminação:

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS Nº 104/2022	
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 8786/2021	
CONTRATADA: CENTRAL BUSINESS COMUNICAÇÃO LTDA	CNPJ: 00.878.105/0001-48
OBJETO: Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda no município de Bertioga.	

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE BERTIOGA com sede à Rua Luiz Pereira de Campos, 901, Bertioga - SP, inscrita no CNPJ sob nº. 68.020.916/0001-47, a seguir denominada simplesmente **CONTRATANTE,** representada pelo SECRETÁRIO MUNICIPAL DE GOVERNO E GESTÃO INSTITUCIONAL, Sr. GUSTAVO RAMOS MELO, brasileiro, portador da cédula de identidade RG nº 25.445.072-2 SSP/SP e CPF nº 264.455.598-16 e a empresa CENTRAL BUSINESS COMUNICAÇÃO LTDA, CNPJ nº 00.878.105/0001-48, estabelecida à Av. Vereador Narciso Yague Guimarães, nº 1145, Sala 1112, Jardim Armênia, Mogi das Cruzes, SP, CEP: 08780-500, neste ato representada pelo signatário ao final identificado, a seguir denominada simplesmente **CONTRATADA,** ficando as partes subordinadas às disposições da Lei Federal nº 8.666/93, de 21 de junho de 1.993, Lei 12.232, de 29.04.2010 e, de forma complementar, das Lei n. 4.680/65 e condições constantes deste contrato.

Este contrato decorre de homologação pela autoridade competente de licitação na modalidade Concorrência nº 02/2022 que se acha juntada ao **Processo Administrativo nº 8786/2021.**

CLÁUSULA PRIMEIRA – DA LEGISLAÇÃO E DOS DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1. O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei 12.232, de 29.04.2010 e, de forma complementar, das Leis n. 4.680/65 e 8666/93.

1.2. Independentemente de transcrição, fazem parte deste contrato e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condições aqui não expressamente alterados – o Edital da Concorrência n. 02/2022 e seus Anexos, bem como as Propostas Técnica e de Preços apresentadas pela contratada.

CLÁUSULA SEGUNDA – DO OBJETO

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

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

a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;

b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

c) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada.

2.1.1.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea "a" do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Governo Municipal de Bertioga, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

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

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

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

2.2. A CONTRATADA atuará por ordem e conta da CONTRATANTE, em conformidade com o artigo 3º da Lei 4.680/65, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1 e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

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

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

CLÁUSULA TERCEIRA – DA VIGÊNCIA E DA PRORROGAÇÃO

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

3.1.1. A CONTRATANTE poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do inciso II do artigo 57 da Lei 8.666/93.

3.1.2. No interesse do Município de Bertioga, a contratada fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado dos contratos, conforme disposto no artigo 65, parágrafos 1º e 2º, da Lei 8.666/93.

CLÁUSULA QUARTA – DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1. As despesas a serem realizadas pela CONTRATADA nos primeiros 12 (doze) meses, está estimado em R$ 6.000.000,00 (seis milhões), conforme estabelecido no subitem 2.4 da Cláusula Segunda.

4.2. O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2022, correrá por conta da seguinte dotação orçamentária: 01.16.00.01.16.01.04.131.0021.2.026.3.3.90.39.00 – empenho nº 7621 de 26/09/2022.

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

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

CLÁUSULA QUINTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

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

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

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

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

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

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

5.1.3.1.1. O disposto no subitem 5.1.3.1 não abrange os planos de incentivo eventualmente concedidos por veículos à CONTRATADA, nos termos do artigo 18 da Lei 12.232/2010.

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

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

5.1.3.3.1. O desrespeito ao disposto no subitem 5.1.3.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato.

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

5.1.5. Observar a seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados à CONTRATANTE:

I – fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

II – só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados junto à Prefeitura Municipal de Bertioga, como tais, aptos a fornecer à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;

III – apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

IV – exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

V – a cotação deverá ser apresentada no original, em pape timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre

outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

VI – juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito e em atividade, CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviços a ser fornecido.

VII – a CONTRATADA após recebimento de cada processo de pagamento pela CONTRATANTE fica obrigada, no prazo de 7 (sete) dias úteis, a apresentar comprovante de pagamento referente aos serviços de fornecedores executados em prol do objeto deste contrato.

5.1.6.1. Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da CONTRATANTE.

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

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

a) supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato;

b) realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

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

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

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

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

I – um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;

II – dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

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

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

5.1.9. Apresentar à CONTRATANTE para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5 e as justificativas que demonstrem tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no artigo 15 da Lei 12.232/2010.

5.1.10. Apresentar à CONTRATANTE como alternativa ao subitem 5.1.9, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.4 e as justificativas que demonstrem tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no artigo 15 da Lei 12.232/2010.

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

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

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

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

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

a) TV e Cinema: cópias em Betacam e/ou arquivos digitais;

b) internet: cópias em arquivos digitais;

c) Rádio: cópias em arquivos digitais;

d) Mídia impressas e material publicitário: cópias digitais.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

5.1.20. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o artigo 4º e seu parágrafo primeiro da Lei 12.232/2010.

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

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

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

trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

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

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

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

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

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

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

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

5.1.30.1. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar a CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à CONTRATANTE as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

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

CLÁUSULA SEXTA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

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

a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;

b) comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais, determinados pela urgência, que deverão ser confirmados por escrito no prazo de 24 (vinte e quatro) horas úteis.

c) fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços.

d) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à contratação de fornecedores de bens e serviços especializados pela CONTRATADA.

e) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

f) notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;

g) notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

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

CLÁUSULA SÉTIMA – FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

CLÁUSULA OITAVA – REMUNERAÇÃO

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

8.1.1. Ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA, com base na Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, com a concessão do desconto de 60% (sessenta por cento).

8.1.2. percentual de honorários 10% (dez por cento) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato,

8.1.3. Percentual de honorários de 10% (dez por cento) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

8.1.4. percentual de honorários 10% (dez por cento) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material;

8.1.5. Percentual de remuneração 15% (quinze por cento) incidente sobre veiculação de mídia digital intermediada pela CONTRATADA, que não proporcione à agência o desconto de agência concedido por veículos de divulgação.

8.1.5. Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

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

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

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

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

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

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

CLÁUSULA NONA – DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1.Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o artigo 11 da Lei 4.680/65.

9.2. Quando do pagamento de cada uma das faturas de veiculação, conforme previsto no item 11.1.1 a CONTRATADA repassará à CONTRATANTE, sob a forma de desconto, parte do desconto padrão de agência a que faz jus, cabendo, do valor correspondente à veiculação, 18% (dezoito por cento) à CONTRATADA e 2% (dois por cento) à CONTRATANTE, desde que atendidas as disposições do Anexo B das Normas-Padrão quanto à possibilidade de repasse parcial do desconto de agência, de acordo com a verba anual de mídia da CONTRATANTE.

9.2.1. O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pelos veículos de divulgação pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do artigo 19 da Lei 12.232/2010.

CLÁUSULA DÉCIMA – DIREITOS AUTORAIS

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

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

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

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

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

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

10.2.1.1.1. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do IGP-DI da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

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

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

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

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

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

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

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

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

I – a correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, em letra bem legível, em nome da CONTRATANTE, CNPJ nº 68.020.916/0001-47, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito no Banco Itaú, agência 0367, conta corrente n. 87992-1, bem como toda a documentação fiscal que demonstrem a regularidade com o município, estado e governo federal que trata o item 11.5.1.

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

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

11.1.1. Os documentos de cobrança e demais informações necessárias à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à CONTRATANTE, no seguinte endereço: Rua Luiz Pereira de Campos, 901, Centro, Bertioga, SP, CEP: 11250-117, para a Secretaria de Governo e Gestão Institucional.

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

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

I – serviços executados pela CONTRATADA;

a) intermediação e supervisão de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1.

b) execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e III do subitem 11.1.

II – serviços especializados prestados por fornecedores e veiculação:

a) produção e execução técnica de peça e ou material: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

b) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

c) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

d) veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1, da demonstração do valor devido ao veículo, da indicação dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 11.5.

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

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

11.2.3. Os preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o artigo 15 da Lei 12.232/2010, será conferido pelo gestor/fiscal do contrato, por ocasião da apresentação do Plano de Mídia pela CONTRATADA à CONTRATANTE.

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

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

I – Exemplar original de revista;

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

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

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

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

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

I.2) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nos inciso I e I.1 deste subitem, a CONTRATADA poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do artigo 299 do Código Penal, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação.

II – Mídia Exterior:

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

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

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

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

11.4.2. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos inciso I, II e III do subitem 11.5.1. serão estabelecidas formalmente pela CONTRATANTE antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

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

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

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

11.7. No caso de eventual falta de pagamento pela CONTRATANTE nos prazos previstos, o valor devido será corrigido financeiramente, mediante solicitação expressa da CONTRATADA, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do IGP-DI da Fundação Getúlio Vargas.

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

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

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

11.9.1 A CONTRATADA informará à CONTRATANTE os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada ordem bancária de pagamento emitida pela CONTRATANTE e encaminhará relatórios até o décimo quinto dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

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

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

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

11.9.2.3. Para preservar o direito dos fornecedores e veículos em receber com regularidade pelos serviços prestados e pela venda de tempo e ou espaço, a CONTRATANTE poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse,

pela CONTRATADA, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos, em operações bancárias concomitantes.

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – GARANTIA

12.1. A CONTRATADA prestará garantia, em favor da CONTRATANTE, no valor de R$ 60.000,00 (sessenta mil reais), correspondente a 1% (um por cento) do valor deste contrato, estimado para a execução dos serviços, no prazo de até 30 dias úteis, contados a partir da data de assinatura deste contrato.

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

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

12.4.Na hipótese de prorrogação deste contrato, a CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas na Lei 8.666/93.

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

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

13.1. O descumprimento das obrigações assumidas pela CONTRATADA, sem justificativa aceita pela CONTRATANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções administrativas:

I – advertência;

II – multa de mora e multa por inexecução contratual;

II – suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a CONTRATANTE por prazo de até 2 (dois) anos;

IV – declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

13.1.1. Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurado à CONTRATADA o contraditório e a ampla defesa.

13.1.2. As sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato devidamente justificado da autoridade competente.

13.2. A aplicação das sanções observará as seguintes disposições:

I – as multas e a advertência serão aplicadas pelo Secretário Municipal de Governo e Coordenação.

II – caberá ao Secretário Municipal de Governo e Coordenação aplicar a suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a CONTRATANTE e propor a declaração de inidoneidade.

13.3. A sanção de advertência poderá ser aplicada nos seguintes casos:

I – descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente;

II – outras ocorrências que possam acarretar transtornos ao envolvimento dos serviços, a juízo da CONTRATANTE, desde que não caiba a aplicação de sanção mais grave.

13.3.1. No ato de advertência, a CONTRATANTE estipulará prazo para o cumprimento da obrigação e ou responsabilidade mencionadas no inciso I e para a correção das ocorrências de que trata o inciso II, ambos do subitem 13.3.

13.4. A multa moratória poderá ser cobrada pelo atraso injustificado no cumprimento do objeto ou de prazos estipulados.

13.4.1. O atraso sujeitará a CONTRATADA à multa de 1% (um por cento) por dia de atraso na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, até o limite de 30 (trinta) dias úteis, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida.

13.4.2. O atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias na entrega de material ou execução de sérvios caracterizará inexecução total deste contrato.

13.5. A inexecução contratual sujeitará a CONTRATADA à multa compensatória de:

I – de 1% (um por cento) calculada sobre o valor da nota fiscal correspondente ao material ou ao serviço em que tenha ocorrida a falta, quando caracterizada a inexecução parcial ou execução insatisfatória deste contrato;

II – 1% (um por cento) calculado sobre o valor previsto no subitem 4.1 pela:

a) recusa injustificada em apresentar a garantia prevista nos subitens 12.1 e 12.4 deste contrato;

b) inexecução total deste contrato;

c) pela interrupção da execução deste contrato, sem prévia autorização da CONTRATANTE.

13.6. A suspensão do direito de licitar e contratar com a CONTRATANTE poderá ser aplicada à CONTRATADA se, por culpa ou dolo, prejudicar ou tentar prejudicar a execução deste ajuste, nos seguintes prazos e situações:

I – por até 2 (dois) anos:

a) Não conclusão dos serviços contratados;

b) Prestação do serviço em desacordo com as especificações constantes da Ordem de Serviço depois da solicitação de correção efetuada pela CONTRATANTE;

c) Cometimento de quaisquer outras irregularidades que acarretem prejuízo à CONTRATANTE, ensejando a rescisão deste contrato por sua culpa;

d) Condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos e contribuições, praticada por meios dolosos;

e) Apresentação à CONTRATANTE, de qualquer documento falso ou falsificação, no todo ou em parte, com o objeto de participar da licitação que deu origem a este contrato, que venha ao conhecimento da CONTRATANTE após a assinatura deste contrato, ou para comprovar, durante sua execução, a manutenção das condições apresentadas na habilitação;

f) Demonstração, a qualquer tempo, de não possuir idoneidade para contratar com a CONTRATANTE em virtude de atos ilícitos praticados;

g) Ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei 8.666/93, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento da CONTRATANTE após a assinatura deste contrato;

h) Reprodução, divulgação ou utilização, em beneficio próprio ou de terceiros, de quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio e expresso da CONTRATANTE.

13.7. A declaração de inidoneidade será aplicada quando constatada má-fé, ação maliciosa e premeditada em prejuízo da CONTRATANTE, atuação com interesses escusos, reincidência em faltas que acarretem prejuízo à CONTRATANTE ou aplicações anteriores de sucessivas outras sanções.

13.7.1. A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública será aplicada à CONTRATADA se, entre outros casos:

I – sofrer condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos, praticada por meios dolosos;

II – demonstrar, a qualquer tempo, não possuir idoneidade para licitar ou contratar com a CONTRATANTE, em virtude de atos ilícitos praticados;

III – reproduzir, divulgar ou utilizar em benefício próprio ou de terceiros, quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio da CONTRATANTE.

13.7.2. A declaração de inidoneidade implica proibição da CONTRATADA de transacionar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, perante a autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a CONTRATADA ressarcir a CONTRATANTE pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada.

13.8. Da aplicação das sanções de advertência multa e suspensão do direito de licitar ou contratar com a CONTRATANTE caberá recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contado do primeiro dia útil subsequente ao do recebimento da comunicação.

13.8.1. O recurso referente à aliciação de sanções deverá ser dirigido à autoridade imediatamente superior, por intermédio daquela responsável pela sua aplicação, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis ou, nesse mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 5 (cinco) dias úteis, contado do recebimento do recurso, conforme especificado a seguir:

a) as multas e a advertência: pela Secretária Municipal de Governo e Coordenação por intermédio do Gestor/fiscal do contrato;

b) suspensão do direito de licitar ou contratar com a CONTRATANTE: ao Prefeito Municipal.

13.9. As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis, respondendo ainda a CONTRATADA por qualquer indenização suplementar no montante equivalente ao prejuízo excedente que causar, na forma do parágrafo único do artigo 416 do Código civil.

13.10. A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei 8.666/93, incluída a responsabilização da CONTRATADA por eventuais perdas e danos causados à CONTRATANTE.

13.11. O valor das multas poderá ser descontado da garantia constituída, do valor da fatura de quaisquer serviços referentes ao presente contrato, cobrado diretamente ou, ainda quando for o caso, cobrado judicialmente da CONTRATADA.

13.11.1. O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela CONTRATANTE.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – RESCISÃO

14.1. O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos arts. 77 e 78 nas formas estabelecidas no artigo 79, todos da Lei 8.666/93.

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

a) For atingido por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;

b) For envolvida em escândalo público e notório;

c) Quebrar o sigilo profissional.

d) Utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;

e) Não prestar garantia suficiente para garantir o cumprimento das obrigações contratuais;

f) Motivar a suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que a CONTRATANTE, como consequência, venha a sofrer;

g) Deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato: e

h) Vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública;

i) Não comprovar a qualificação técnica de funcionamento prevista no artigo 4º da Lei 12.232/2010;

j) Deixar de atender ao disposto nos subitens 5.1.5.3, 11.9 e 11.9.1.

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DISPOSIÇÕES GERAIS

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

15.2. A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial, às suas expensas, na forma prevista no artigo 61, parágrafo único, da Lei 8.666/93.

15.3. Constituem direitos e prerrogativas da CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei 8.666/93, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

15.4. São assegurados à CONTRATANTE todos os direitos e faculdades previstos na Lei n. 8078/90 (Código de Defesa do Consumidor).

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

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – FORO

16.1. As questões decorrentes da execução deste contrato que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgados no foro da comarca de Bertioga

E, por estrem justos e acordados, assinam o presente contrato em 04 (quatro) vias de igual teor e forma, na presença das testemunhas que igualmente o subscrevem.

Bertioga, 26 de setembro de 2022.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE BERTIOGA
Gustavo Ramos Melo
Secretário Municipal de Governo e Gestão Institucional

CENTRAL BUSINESS COMUNICAÇÃO LTDA
Antonio Carlos Urbano Andari
Sócio - Diretor
RG nº 9.750.440-3 e CPF nº 038.153.678-59

Testemunhas:

1- _____
Paulo Sérgio Paes
RG nº 8.533.085 SSP/SP

2- _____
Cristina Raffa Volpi
RG nº 12.171.531 SSP/SP

TERMO DE CIÊNCIA E NOTIFICAÇÃO

CONTRATANTE: MUNICÍPIO DE BERTIOGA (Secretaria Municipal de Governo e Gestão Institucional)
CONTRATADA: CENTRAL BUSINESS COMUNICAÇÃO LTDA
CONTRATO Nº: 104/2022
OBJETO: Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda no município de Bertioga.
ADVOGADO (S)/ Nº OAB: (*)

Pelo Presente TERMO, nós, abaixo identificamos:

1) Estamos CIENTES de que:

a) o ajuste acima referido, seus aditamentos, bem como o acompanhamento de sua execução contratual, estarão sujeitos a análise e julgamento pelo Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, cujo trâmite processual ocorrerá pelo sistema eletrônico;

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

c) além de disponíveis no processo eletrônico, todos os Despachos e Decisões que vierem a ser tomados, relativamente ao aludido processo, serão publicados no Diário Oficial do Estado, Caderno do Poder Legislativo, parte do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, em conformidade com o artigo 90 da Lei Complementar nº 709, de 14 de janeiro de 1993, iniciando-se, a partir de então, a contagem dos prazos processuais, conforme regras do Código de Processo Civil;

d) as informações pessoais dos responsáveis pela contratante estão cadastradas no módulo eletrônico do "Cadastro Corporativo TCESP – CadTCESP", nos termos previstos no Artigo 2º das Instruções nº01/2020, conforme "Declaração(ões) de Atualização Cadastral" anexa (s);

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

2. Damo-nos por NOTIFICADOS para:

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

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

Bertioga, 26 de setembro de 2022.

AUTORIDADE MÁXIMA DO ÓRGÃO/ENTIDADE:

Nome: Caio Arias Matheus
Cargo: Prefeito do Município
CPF: 257.626.498-06

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

Nome: Gustavo Ramos Melo
Cargo: Secretário Municipal de Governo e Gestão Institucional
CPF: 264.455.598-16
Assinatura: _____

RESPONSÁVEIS QUE ASSINARAM O AJUSTE:

Pelo contratante:
Nome: Gustavo Ramos Melo
Cargo: Secretário Municipal de Governo e Gestão Institucional
CPF: 264.455.598-16
Assinatura: _____

Pela contratada:
Nome: Antonio Carlos Urbano Andari
Cargo: Sócio - Diretor
CPF: 038.153.678-59
Assinatura: _____

ORDENADOR DE DESPESAS DA CONTRATANTE:

Nome: Gustavo Ramos Melo
Cargo: Secretário Municipal de Governo e Gestão Institucional
CPF: 264.455.598-16
Assinatura: _____

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

CONTRATO ADMINISTRATIVO Nº. 240/2022 T.A. Nº 03

TERMO DE PRORROGAÇÃO AO CONTRATO CELEBRADO ENTRE O **MUNICÍPIO DE GUARUJÁ** E A EMPRESA **RP PROPAGANDA LTDA.**

O **MUNICÍPIO DE GUARUJÁ,** com sede na Av. Santos Dumont, nº 800, no bairro do Santo Antônio, em Guarujá, Estado de São Paulo CEP 11432-502, inscrita no CNPJ sob nº 44.959.021/0001-04, neste ato representado pelo Secretário Municipal de Comunicação Social, Sr. **FÁBIO DE ANDRADE BEHREND,** brasileiro, união estável, jornalista, portador do RG nº 17.695.816-2 e CPF nº 126.825.818-03, a seguir nomeado tão somente **CONTRATANTE** e de outro lado a empresa **RP PROPAGANDA LTDA,** inscrita no CNPJ./MF nº. 03.764.884/0001-49 com sede na Avenida Vereador Narciso Yague Guimarães, nº 1.145, Torre Concept Corporate, 8º Andar, Sala 801, no bairro Vila Partênio em Mogi das Cruzes, Estado de São Paulo CEP 08780-200, representada neste ato por Sr. **LINCOLN DAVID GARCIA,** brasileiro, casado, administrador, portador da Cédula de Identidade/RG nº 32.871.950-X/SSP/SP e CPF nº 365.039.458-84, doravante nomeada apenas **CONTRATADA,** tem entre si justo e avençado o seguinte:

CLÁUSULA PRIMEIRA – CONTRATANTE e CONTRATADA – em 30 de maio de 2022, celebraram contrato objetivando a "**CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PARA O MUNICÍPIO DE GUARUJÁ**", - Concorrência Pública nº 07/2021 - nos termos do processo administrativo nº 3437/2021.

CLÁUSULA SEGUNDA - Resolvem as partes prorrogar o contrato por **12 (doze) meses, a contar de 30/05/2025, findo em 30/05/2026,** no valor estimado de **R$ 3.657.760,04 (Três milhões, seiscentos e cinqüenta e sete mil, setecentos e sessenta reais e quatro centavos)**, sem reajuste conforme anuência da empresa à fl. 290, justificativas técnica à fl. 190, autorização do secretário à fl.277 verso e parecer jurídico às fls. 278/285, constantes no processo administrativo nº 46649/2022 nos termos do que dispõe o artigo 57, II, da Lei Federal nº 8.666/93, conforme condições abaixo, correndo as despesas por conta dos recursos consignados no orçamento vigente, conforme segue: **Órgão**: 28.01 – Secretaria Municipal de Comunicação Social / **Elemento de despesa**: 3.3.90.39.00.

LDG

Scanned with CamScanner

a) A contratada será remunerada por **honorários de 4,9%** (quatro vírgula nove por cento), sobre a contratação de serviços de produção ou fornecimento externo realizado por fornecedores externos incidentes sobre os custos comprovados dos serviços realizados por terceiros, como estabelecido no item 8.2, I, do edital.

b) Percentual de **honorários de 4,9%** (quatro vírgula nove por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

c) Em decorrência dos trabalhos de criação e produção interna, será aplicada a Tabela Referencial de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, com um **desconto de 61%** (sessenta e um por cento), respeitado o limite mínimo estabelecido no item 8.2, II, do edital.

Parágrafo Primeiro: O presente contrato será rescindido a qualquer momento, com a homologação de novo certame, sem ônus para as partes, conforme manifestação da Autoridade Competente, constante no processo administrativo nº. 46649/2022.

CLÁUSULA TERCEIRA - Os serviços ora prorrogados serão diretamente fiscalizados, em todas as suas fases, através da Secretaria Municipal de Comunicação Social, pelo Sr. . **Paulo Henrique Siqueira, Prontuário nº** 24.089 na forma prevista no artigo 67 da Lei Federal nº 8666/93, que zelará pelo fiel cumprimento das obrigações assumidas pela **CONTRATADA.**

CLÁUSULA QUARTA – A **CONTRATADA** deverá manter, durante a vigência e execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação, qualificação e condições de assinatura do contrato exigidas por ocasião da contratação inicial que precedeu este ajuste, obrigando-se, ainda, a comunicar a unidade requisitante, toda a qualquer alteração dos dados cadastrais, para atualização, podendo a Administração requerer a sua comprovação, a qualquer tempo, durante a vigência do contrato.

CLÁUSULA QUINTA – Ficam integralmente mantidas as demais cláusulas do instrumento original e seus aditivos.

LDG

Scanned with CamScanner

E, por estarem, assim, de acordo, subscrevem em 03 (três) vias, na presença de 02 (duas) testemunhas, para fins de direito.

Guarujá, 16 de Maio de 2025

Fábio Behrend
Secretário de Comunicação Social
Prop.: 24.001

FÁBIO DE ANDRADE BEHREND
Secretário Municipal de Comunicação Social

LINCOLN DAVID GARCIA:36503945884
Assinado de forma digital por LINCOLN DAVID GARCIA:36503945884
Dados: 2025.05.23 12:05:47 -03'00'

LINCOLN DAVID GARCIA
Administrador

Testemunhas:

1._____

2. _____

Scanned with CamScanner

TERMO DE CIÊNCIA E DE NOTIFICAÇÃO

CONTRATANTE: MUNICÍPIO DE GUARUJÁ
CONTRATADA: RP PROPAGANDA LTDA
CONTRATO ADMINISTRATIVO Nº: 240/2022 T. A 03
OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PARA O MUNICÍPIO DE GUARUJÁ.

Pelo presente TERMO, nós, abaixo identificados:

1. Estamos CIENTES de que:

a) O ajuste acima referido, seus aditamentos, bem como o acompanhamento de sua execução contratual, estarão sujeitos a análise e julgamento pelo Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, cujo trâmite processual ocorrerá pelo sistema eletrônico;

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

c) Além de disponíveis no processo eletrônico, todos os Despachos e Decisões que vierem a ser tomados, relativamente ao aludido processo, serão publicados no Diário Oficial do Estado, Caderno do Poder Legislativo, parte do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, em conformidade com o artigo 90 da Lei Complementar nº 709, de 14 de janeiro de 1993, iniciando-se, a partir de então, a contagem dos prazos processuais, conforme regras do Código de Processo Civil;

d) As informações pessoais dos responsáveis pela contratante estão cadastradas no módulo eletrônico do "Cadastro Corporativo TCESP – CadTCESP", nos termos previstos no Artigo 2º das Instruções nº01/2020, conforme "Declaração(ões) de Atualização Cadastral" anexa (s);

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

2. Damo-nos por NOTIFICADOS para:

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

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

LDG

Scanned with CamScanner

Guarujá, 16 de Maio de 2025

AUTORIDADE MÁXIMA DO ÓRGÃO/ENTIDADE E SIGNATÁRIO DO CONTRATO:

Nome: FARID SAID MADI

Cargo: PREFEITO

CPF Nº: 063.900.718-09

RESPONSÁVEIS PELA HOMOLOGAÇÃO DO CERTAME OU RATIFICAÇÃO DA DISPENSA/INEXIGIBILIDADE DE LICITAÇÃO, ORDENADOR DE DESPESAS DA CONTRATANTE E SIGNATÁRIO DO CONTRATO:

Nome: FÁBIO DE ANDRADE BEHREND

Cargo: SECRETÁRIO MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

CPF Nº: 126.825.818-03

Assinatura: _____

Fábio Behrend
Secretário de Comunicação Social
Portaria 24/001

RESPONSÁVEL SIGNATÁRIO DO CONTRATO PELA CONTRADA:

Nome: LINCOLN DAVID GARCIA

Cargo: ADMINISTRADOR

CPF Nº: 365.039.458-84

LINCOLN DAVID GARCIA:36503945884
Assinado de forma digital por LINCOLN DAVID GARCIA:36503945884
Dados: 2025.05.23 12:07:31 -03'00'

Assinatura: _____

Scanned with CamScanner

CONTRATOS OU ATOS JURÍDICOS ANÁLOGOS

CONTRATANTE: MUNICÍPIO DE GUARUJÁ
CNPJ Nº: 44.959.021/0001-04
CONTRATADA: RP PROPAGANDA LTDA
CNPJ Nº: 03.764.884/0001-49
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº: 07/2021
CONTRATO Nº: 240/2022 T. A. Nº 03
DATA DA ASSINATURA: 16/05/2025
OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PARA O MUNICÍPIO DE GUARUJÁ.

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

a) memorial descritivo dos trabalhos e respectivo cronograma físico-financeiro;

b) orçamento detalhado em planilhas que expressem a composição de todos os seus custos unitários;

c) previsão de recursos orçamentários que assegurem o pagamento das obrigações decorrentes de obras ou serviços a serem executados no exercício financeiro em curso, de acordo com o respectivo cronograma;

d) comprovação no Plano Plurianual de que o produto das obras ou serviços foi contemplado em suas metas;

e) as plantas e projetos de engenharia e arquitetura.

Guarujá, 16 de Maio de 2025

FÁBIO DE ANDRADE BEHREND
SECRETÁRIO MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Fábio Behrend
Secretário de Comunicação Social
Pront.: 24.001

Scanned with CamScanner

Planejamento Estratégico, a partir de 29/05/2025.
Registre-se, publique e dê-se ciência.
Prefeitura Municipal de Guarujá, 28 de maio de 2025.
PREFEITO
Secretário Municipal de Planejamento Estratégico
"PREF"/rdl
Registrada no Livro Competente,
"GAB", em 28.05.2025.
Renata Disaró Lacerda
Pront. n.º 11.130, que a digitei e assino

Portaria n.º 1.683/2025.-
FARID SAID MADI, PREFEITO MUNICIPAL DE GUARUJÁ, usando das atribuições que a Lei lhe confere,
RESOLVE:
EXONERAR a Sr.ª NATHALIA SEABRA DUTRA – Pront. n.º 24.309, do cargo de provimento em comissão, símbolo CC-6, de Assessor, junto à Secretaria Municipal de Planejamento Estratégico, a partir de 29/05/2025.
Registre-se, publique e dê-se ciência.
Prefeitura Municipal de Guarujá, 28 de maio de 2025.
PREFEITO
Secretário Municipal de Planejamento Estratégico
"PREF"/rdl
Registrada no Livro Competente,
"GAB", em 28.05.2025.
Renata Disaró Lacerda
Pront. n.º 11.130, que a digitei e assino

Portaria n.º 1.684/2025.-
FARID SAID MADI, PREFEITO MUNICIPAL DE GUARUJÁ, usando das atribuições que a Lei lhe confere,
RESOLVE:
EXONERAR a Sr.ª MELYSSA DOS SANTOS MEIRELLES – Pront. n.º 23.985, do cargo de provimento em comissão, símbolo CC-6, de Gestor de Projeto, junto à Secretaria Municipal de Planejamento Estratégico, a partir de 29/05/2025.
Registre-se, publique e dê-se ciência.
Prefeitura Municipal de Guarujá, 28 de maio de 2025.
PREFEITO
Secretário Municipal de Planejamento Estratégico
"PREF"/rdl
Registrada no Livro Competente,
"GAB", em 28.05.2025.
Renata Disaró Lacerda
Pront. n.º 11.130, que a digitei e assino

Portaria n.º 1.685/2025.-
FARID SAID MADI, PREFEITO MUNICIPAL DE GUARUJÁ, usando das atribuições que a Lei lhe confere,
RESOLVE:
NOMEAR a Sr.ª NATHALIA SEABRA DUTRA, para o cargo de provimento em comissão, símbolo CC-6, de Gestor de Projeto, junto à Secretaria Municipal de Planejamento Estratégico, a partir de 29/05/2025.
Registre-se, publique e dê-se ciência.
Prefeitura Municipal de Guarujá, 28 de maio de 2025.
PREFEITO
Secretário Municipal de Planejamento Estratégico
"PREF"/rdl
Registrada no Livro Competente,
"GAB", em 28.05.2025.
Renata Disaró Lacerda
Pront. n.º 11.130, que a digitei e assino

ACESSE
www.guaruja.sp.gov.br

ATOS OFICIAIS

SECRETARIAS MUNICIPAIS

ADVOCACIA GERAL

PORTARIA AGM Nº18/2025
MARCELO HENRIQUE GARCIA RIBEIRO, ADVOGADO GERAL DO MUNICÍPIO, usando de suas atribuições legais, nos termos da Lei Complementar Municipal nº135/2012 de 05 de abril de 2012 e dos Decretos Municipais nº10.312/2013 de 15 março de 2013 e nº14.340/2021 de 11 de junho de 2021,
RESOLVE:
INSTAURAR, com fundamento nos artigos 543 e 554, ambos da Lei Complementar Municipal nº135/2012, **Processo Administrativo Disciplinar**, sob o nº **54.289/137739/2023**, pelo **RITO ORDINÁRIO**, para apurar os fatos constantes dos autos, conforme representação formulada pela Secretaria Municipal de Saúde de Guarujá-SP, em face do(a) servidor(a) prontuário nº19.233, porquanto em tese, este(a) teria contrariado os deveres e proibições previstos no ordenamento jurídico municipal, nos termos do **MEMORIAL DESCRITIVO** contido nos autos.
Registre-se, publique-se e dê-se ciência.
Guarujá, 16 de maio de 2025.
MARCELO HENRIQUE GARCIA RIBEIRO
ADVOGADO GERAL DO MUNICÍPIO

COORDENAÇÃO GOVERNAMENTAL E ASSUNTOS ESTRATÉGICOS

EXTRATO DO 1º TERMO DE APOSTILAMENTO AO CONTRATO ADMINISTRATIVO Nº 42/2023
LOCATÁRIO: MUNICÍPIO DE GUARUJÁ
LOCADOR: OVF ADMINISTRAÇÃO DE BENS LTDA
OBJETO: LOCAÇÃO DO IMÓVEL LOCALIZADO À AVENIDA LEOMIL, 630 – CENTRO – GUARUJÁ/SP, PARA ABRIGAR UNIDADES SUBORDINADAS À SECRETARIA MUNICIPAL DE FINANÇAS
PROCESSO ADMINISTRATIVO: 7037/2023
Com base no Art. 4º do Decreto Municipal 16.506/2025, realiza-se o presente apostilamento, cujo objetivo é a alteração do Órgão demandante do Contrato Administrativo, conforme segue abaixo:
EXCLUSÃO DO ÓRGÃO: **11.01 Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Portuário**
INCLUSÃO DO ÓRGÃO: **24.01 Secretaria Municipal de Finanças**
Ficam integralmente mantidas as demais cláusulas do instrumento original e seus aditivos e o presente Termo de Apostilamento passa a fazer parte integrante do Contrato.
Data de Assinatura: 21 de maio de 2025

EXTRATO DE TERMO DE PRORROGAÇÃO DE CONTRATO ADMINISTRATIVO
CONTRATO ADMINISTRATIVO Nº: 240/2022 T. A. Nº 03
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº: 07/2021
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº: 3437/2021
CONTRATANTE: MUNICÍPIO DE GUARUJÁ
CONTRATADO: RP PROPAGANDA LTDA
OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PARA O MUNICÍPIO DE GUARUJÁ
VALOR: R$ 3.657.760,04 (TRÊS MILHÕES, SEISCENTOS E CINQÜENTA E SETE MIL, SETECENTOS E SESSENTA REAIS E QUATRO CENTAVOS)
DOTAÇÃO: ÓRGÃO: 28.01 – SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL: 3.3.90.39.00
PROCESSO ADMINISTRATIVO ADITIVO Nº: 46649/2022
DATA DA ASSINATURA: 16 DE MAIO DE 2025.

EXTRATO DE CONTRATO ADMINISTRATIVO
CONTRATO ADMINISTRATIVO Nº: 108/2025
CHAMADA PÚBLICA Nº: 01/2025
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº: 42550/2024
CONTRATANTE: MUNICÍPIO DE GUARUJÁ
CONTRATADO: ADRIANO OMINE
OBJETO: CONTRATO PARA AQUISIÇÃO DE GÊNEROS ALIMENTÍCIO DA AGRICULTURA FAMILIAR E DO EMPREENDEDOR FAMILIAR RURAL-HORTIFRUTI PARA ALIMENTAÇÃO ESCOLAR PARA ALUNOS DA REDE DE EDUCAÇÃO BÁSICA PÚBLICA, VERBA PROVENIENTE DE RECURSO PROVENIENTE DO PROGRAMA DE ALIMENTAÇÃO ESCOLAR – PNAE/FNDE/MEC, DESCRITOS O QUADRO PREVISTO NA CLÁUSULA QUARTA, TODOS DE ACORDO COM O EDITAL DE CHAMADA PÚBLICA Nº 01/2025.
As despesas decorrentes da contratação, objeto desta licitação, correrão a conta dos recursos consignados no orçamento vigente, conforme segue:
Órgão: 12.01 Secretaria Municipal de Educação
Elemento de Despesa: 3.3.90.30
Para os itens e valores abaixo registrados:
UASG nº: 986475

Produto	Unidade	Quantidade	Preço de Aquisição	
			Preço Unitário	Preço Total
Chuchu	kg	4.715	R$ 8,48	R$ 39.991,68

O fornecimento dos itens contratados será diretamente acompanhado e fiscalizado pela **Secretaria Municipal de Educação** pelo fiel cumprimento das obrigações assumidas pela **CONTRATADA**, nos termos do Art. 117, da Lei Federal nº. 14.133/21; Vigência de 12 meses a partir da data de assinatura; Data da assinatura: **16/05/2025.**

EXTRATO DE CONTRATO ADMINISTRATIVO
CONTRATO ADMINISTRATIVO Nº: 109/2025
CHAMADA PÚBLICA Nº: 01/2025
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº: 42550/2024
CONTRATANTE: MUNICÍPIO DE GUARUJÁ
CONTRATADO: ALBERTO LIMA DE OLIVEIRA
OBJETO: CONTRATO PARA AQUISIÇÃO DE GÊNEROS ALIMENTÍCIO DA AGRICULTURA FAMILIAR E DO EMPREENDEDOR FAMILIAR RURAL-HORTIFRUTI PARA ALIMENTAÇÃO ESCOLAR PARA ALUNOS DA REDE DE EDUCAÇÃO BÁSICA PÚBLICA, VERBA PROVENIENTE DE RECURSO PROVENIENTE DO PROGRAMA DE ALIMENTAÇÃO ESCOLAR – PNAE/FNDE/MEC, DESCRITOS O QUADRO PREVISTO NA CLÁUSULA QUARTA, TODOS DE ACORDO COM O EDITAL DE CHAMADA PÚBLICA Nº 01/2025.
As despesas decorrentes da contratação, objeto desta licitação, correrão a conta dos recursos consignados no orçamento vigente, conforme segue:
Órgão: 12.01 Secretaria Municipal de Educação
Elemento de Despesa: 3.3.90.30
Para os itens e valores abaixo registrados:
UASG nº: 986475

Produto	Unidade	Quantidade	Preço de Aquisição	
			Preço Unitário	Preço Total
Cenoura	Kg	3.105	R$ 12,88	R$ 39.992,40 (trinta e nove mil, novecentos e noventa e dois reais e quarenta centavos)

O fornecimento dos itens contratados será diretamente acompanhado e fiscalizado pela **Secretaria Municipal de Educação** pelo fiel cumprimento das obrigações assumidas pela **CONTRATADA**, nos termos do Art. 117, da Lei Federal nº. 14.133/21; Vigência de 12 meses a partir da data de assinatura; Data da assinatura: 16/05/2025.

EXTRATO DE CONTRATO ADMINISTRATIVO
CONTRATO ADMINISTRATIVO Nº: 110/2025
CHAMADA PÚBLICA Nº: 01/2025
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº: 42550/2024

Scanned with CamScanner

Anexo IV - Matriz de Riscos

18. DA MATRIZ DE RISCO

18.1 RISCOS SUPORTADOS PELA CONTRATADA

ITEM	DESCRIÇÃO DOS RISCOS	CAUSA	CONSEQUÊNCIA	POSSIBILIDADE DE ADITIVO
1	Retrabalho ou entrega com erro ou vício, por desconhecimento técnico da equipe da Contratada	Alocação de equipe inexperiente ou com perfil inadequado; Gestão inadequada;	Atrasos nas entregas dos materiais; Custos Adicionais	Não
2	Administração ineficiente	Alocação de equipe inexperiente ou com perfil inadequado; Gestão inadequada de RH, Elevado *Turn over*	Atrasos nas entregas; Não entrega do objeto; Má qualidade nas entregas;	Não
3	Reclamações trabalhistas envolvendo o objeto de prestação de serviços do contrato	Não pagamento dos direitos trabalhistas	Custos Adicionais	Não
4	Retrabalho de ajuste de projetos até aprovação final	Alocação de equipe inexperiente ou com perfil inadequado;	Atrasos nas entregas dos materiais; Custos Adicionais	Não
5	Encargos trabalhistas, fiscais e comerciais resultantes da concorrência	Gestão inadequada; Não atendimento às leis;	Custos Adicionais	Não
6	Despesas decorrentes de transporte de material e pessoas, estadia, estacionamento, alimentação, e horas de pessoal decorrente de instalações de produtos e serviços previstos no contrato	Planejamento falho;	Custos Adicionais	Não
7	Aumento no valor dos suprimentos ou mão de obra pertinentes à execução do	Deficiência na estimativa;	Custos Adicionais	Não

8	Greve	Diretos trabalhistas	Não fornecimento ou atraso no fornecimento do objeto	Não
9	Despesas decorrentes da contratação de seguros específicos de Riscos Diversos e/ou Responsabilidade Civil	Gestão inadequada;	Custos Adicionais	Não
10	Atrasos no pagamento de fornecedores de bens e serviços	Gestão inadequada; Planejamento falho	Atraso no fornecimento do objeto; Custos Adicionais	Não
11	Danos à imagem da Contratante em decorrência de fato gerador da Contratada	Gestão inadequada; Planejamento falho; Alocação de equipe inexperiente ou com perfil inadequado;	Atraso no fornecimento do objeto; Má qualidade no fornecimento do objeto; Custos Adicionais; Indenizações	Não
12	Fatos retardadores ou impeditivos da entrega de objeto do Contrato de sua responsabilidade que não estejam na sua álea ordinária, tais como fatos do príncipe, caso fortuito ou de força maior	Fatores extraordinários externos	Não entrega do objeto; Atraso no fornecimento do objeto; Custos Adicionais;	Sim
13	Restrição em função de documentos da CONTRATADA.	Não apresentação dos documentos; Gestão de documentos inadequada.	Atraso no fornecimento dos materiais.	Não
14	Problemas de liquidez financeira da CONTRATADA.	Problemas de fluxo caixa;	Atrasos ou paralisação na entrega dos materiais; Rescisão contratual.	Não
15	Possibilidade de falência da CONTRATADA.	Má gestão ou falta de recursos financeiros.	Paralisação do fornecimento dos materiais.	Não
16	Não recolhimento de impostos	Empresa deixar de recolher impostos que não são retidos na fonte	Multas; Juros; Execução fiscal	Não

17	Ocorrência de acidentes de trabalho com os empregados.	Segurança inadequada na Execução; Não atendimento às Normas Reguladoras de Segurança do Trabalho.	Atraso na entrega dos materiais.	Não
18	Perecimento, destruição, roubo, furto, perda ou quaisquer outros tipos de danos causados aos bens e equipamentos.	Falta de segurança no local; Falta de manutenção adequada.	Paralisação e atraso no fornecimento dos materiais; Custos adicionais;	Não
19	Materiais fornecidos não atenderem as especificações do fiscal do contrato.	Peça de má qualidade.	Atraso na entrega dos materiais; Custos adicionais; Retrabalho;	Não
20	Falha de comunicação com a fiscalização por parte da contratada.	Não atendimento às comunicações da gestão e fiscalização; Não formalização das comunicações.	Atraso na entrega dos materiais; Custos adicionais; Retrabalho.	Não

18.2 RISCOS SUPORTADOS PELA CONTRATANTE

ITEM	DESCRIÇÃO DOS RISCO	CAUSA	CONSEQUÊNCIA	POSSIBILIDADE DE ADITIVO
1	Mudanças tributárias.	Criação, alteração ou a extinção de quaisquer tributos ou encargos legais que reduzam ou aumentem os custos do contrato.	Alteração para mais ou para menos no valor a ser recolhido.	Sim
2	Erro nas especificações dos materiais	Serviços especificados inadequadamente.	Má qualidade; Atraso na entrega, Custos Adicionais; Retrabalho	Não
3	Falha de comunicação com a contratada por parte da contratante	Não formalização das comunicações; Mudança no planejamento;	Custos Adicionais; Retrabalho	Não

Anexo V - Ficha de Avaliação da Subcomissão Técnica

Plano de Comunicação Publicitária		
Raciocínio Básico (até 10 pontos)		
Quesito	**Pontuação**	**Justificativa**
a) a acuidade e precisão demonstradas na análise das características e especificidades da APS e do contexto de sua atuação Máximo: 3 pontos	○○○	
b) a pertinência e coerência da proposta apresentada, em relação às necessidades de comunicação publicitária constantes do briefing Máximo: 4 pontos	○○○○	
c) a qualidade da análise do desafio de comunicação a ser superado pela APS, demonstrando o grau de entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing Máximo: 3 pontos	○○○	
Estratégia de Comunicação publicitária (até 20 pontos)		
Quesito	**Pontuação**	**Justificativa**
a) a adequação do tema e do conceito propostos à natureza e às atividades da APS, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação Máximo: 3 pontos	○○○	
b) a consistência da argumentação em defesa do tema e do conceito Máximo: 5 pontos	○○○○○	
c) as possibilidades de interpretações e associações do conceito apresentado, positivas e negativas, para o relacionamento da APS com seus públicos, especialmente nos âmbitos político, social, ambiental e econômico Máximo: 3 pontos	○○○	
d) a consistência técnica da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta Máximo: 3 pontos	○○○	

e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre a APS, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing para a elaboração da estratégia proposta Máximo: 3 pontos	○ ○ ○	
f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial e as informações do Plano de Mídia e Não-Mídia Máximo: 3 pontos	○ ○ ○	
Ideia Criativa (até 25 pontos)		
Quesito	**Pontuação**	**Justificativa**
a) o alinhamento das peças propostas com a Estratégia de Comunicação Publicitária Máximo: 5 pontos	○ ○ ○ ○ ○	
b) a pertinência da solução criativa com a natureza da APS, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing Máximo: 5 pontos	○ ○ ○ ○ ○	
c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo Máximo: 3 pontos	○ ○ ○	
d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam Máximo: 3 pontos	○ ○ ○	
e) a originalidade das soluções criativas e a multiplicidade de interpretações, tanto favoráveis quanto desfavoráveis, e as associações que elas comportam, para o relacionamento da APS com seus públicos, especialmente nos âmbitos político, social, ambiental e econômico Máximo: 5 pontos	○ ○ ○ ○ ○	
f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo Máximo: 2 pontos	○ ○	

g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, considerada a verba referencial e as informações do Plano de Mídia e Não-Mídia Máximo: 2 pontos	○ ○	
Estratégia de Mídia e Não-Mídia (até 15 pontos)		
Quesito	**Pontuação**	**Justificativa**
a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não-Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing Máximo: 2 pontos	○ ○	
b) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia Máximo: 4 pontos	○ ○ ○ ○	
c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo e de consumo de mídia dos segmentos de públicos-alvo estabelecidos para a ação, conforme a estratégia apresentada Máximo: 5 pontos	○ ○ ○ ○ ○	
d) as propostas de uso dos recursos próprios de comunicação da APS e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia Máximo: 2 pontos	○ ○	
e) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, especialmente os demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência Máximo: 2 pontos	○ ○	

Data: _____/_____/_____

Avaliador (a): _____ **Assinatura:** _____