CONCORRÊNCIA 017/2026.

OBJETO

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

CONTRATANTE

Município de Jundiaí – Secretaria Municipal de Comunicação

VALOR TOTAL

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

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

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

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

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

DATA DA SESSÃO PÚBLICA

04/12/2026, às 10h00min

LOCAL DA SESSÃO PÚBLICA:

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

CRITÉRIO DE JULGAMENTO

TECNICA E PREÇO

DADOS GERAIS:

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

PREÂMBULO:

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

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

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

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

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

Integram este Edital, os seguintes anexos:

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

DO OBJETO, CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO E PRAZOS

1.OBJETO:

1.1. Constitui objeto desta concorrência a contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de publicidade, compreendidos como o conjunto de atividades realizadas de forma integrada que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com a finalidade de difundir ideias e informar o público em geral sobre atos, programas, obras, serviços, campanhas e políticas públicas do Município de Jundiaí, nos termos do Artigo 37, §1º da Constituição da República Federativa do Brasil.

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

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

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

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

1.3. Os serviços previstos objeto desta Concorrência contemplam:

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

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

1.3.1. Considera-se, para fins desta concorrência como serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de difundir ideias ou informar o público em geral.

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

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

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

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

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

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

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

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

1.5. Dotação orçamentária: 04.01.04.131.0190.2019.3390 – Recurso Próprio

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO:

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

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

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

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

d) empresas com falência decretada;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

3.1. Da impugnação ao edital:

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

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

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

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

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

3.2. Dos pedidos de esclarecimento:

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

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

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

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

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

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

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

3.7. **Dos Recursos:**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

4. DA CONSTITUIÇÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

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

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

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

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

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

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

5. DO CREDENCIAMENTO DOS REPRESENTANTES

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

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

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

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

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

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

6. DA APRESENTAÇÃO E ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

6.6. ENVELOPE Nº 5 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO:

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

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

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

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

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

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

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

7. DO CONTEÚDO DOS ENVELOPES

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

I – Ser apresentados sob a forma de:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

a) período de distribuição das peças e ou material;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

7.3.3. REPERTÓRIO

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

7.3.4 RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

7.4. Envelope 4 – Elaboração da Proposta de Preços

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

8. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TECNICAS E COMERCIAL

A) Do julgamento da Proposta técnica:

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

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

8.2.1. Plano de Comunicação Publicitária

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

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

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

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

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

e) Do desafio de comunicação expresso no Briefing;

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

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

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

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

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

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

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

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

8.2.1.3. Ideia Criativa (máximo de 20 pontos)

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

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

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

d) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

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

f) Simplicidade da forma sob a qual se apresenta;

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

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

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

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

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

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

b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;

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

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

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

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

8.2.2. Capacidade de Atendimento (máximo de 15 pontos)

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

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

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

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

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

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

8.2.3. Repertório (máximo de 10 pontos)

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

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

c) A clareza da exposição das informações prestadas;

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

a) A evidência de planejamento publicitário;

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

c) A relevância dos resultados apresentados;

d) A concatenação lógica da exposição.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

8.4 Será desclassificada a Proposta que:

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

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

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

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

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

B) Do julgamento da Proposta de Preços

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

8.12.1. A Classificação se dará da seguinte forma:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

10	De 30% a 39%

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

NFPP= Nota final da Proposta de Preço

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

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

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

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

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

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

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

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

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

c) DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

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

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

PF = Pontuação final

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica

NFPP = Pontuação relativa à proposta de preço

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

a) Estratégia de Comunicação Publicitária;

b) Ideia Criativa;

c) Raciocínio Básico

d) Estratégia de Mídia e Não Mídia

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

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

9. DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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

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

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

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

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

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

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

9.5. DOCUMENTAÇÃO RELATIVA À HABILITAÇÃO JURÍDICA

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

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

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

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

9.6. REGULARIDADE FISCAL:

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

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

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

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

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

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

9.7. DA QUALIFICAÇÃO TÉCNICA:

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

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

9.8. DA QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

e) que não mantem vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função no procedimento de seleção e atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau;

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

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

h) que a proposta compreende a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de entrega das propostas;

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

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

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

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

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

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

EMPRESAS CADASTRADAS:

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

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

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

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

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

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

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

9.13. Procedimentos de Verificação:

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

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

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

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

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

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

10. DO PROCESSAMENTO E SANEAMENTOS DE FALHAS:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

11. DO PROCESSAMENTO DA LICITAÇÃO E ABERTURA DOS ENVELOPES

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

11.9. DA PRIMEIRA SESSÃO:

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

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

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

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

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

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

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

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

11.10. DA SEGUNDA SESSÃO:

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

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

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

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

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

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

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

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

11.11. DA TERCEIRA SESSÃO:

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

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

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

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

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

11.12. DA QUARTA SESSÃO:

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

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

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

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

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

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

12. DA ADJUDICAÇÃO, HOMOLOGAÇÃO E FORMALIZAÇÃO DO CONTRATO

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

14. DA FISCALIZAÇÃO E DO RECEBIMENTO PROVISÓRIO E DEFINITIVO:

Da Fiscalização:

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

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

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

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

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

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

14.6. Fiscalização do cumprimento das reservas legais de cargos

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

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

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

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

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

Rotinas de Fiscalização

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

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

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

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

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

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

Do Recebimento do objeto do Contrato

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

15. DAS CONDIÇÕES DE MEDIÇÃO, LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO:

Medição

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

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

15.1.1.1. não produziu os resultados acordados;

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

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

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

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

15.3. Liquidação

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

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

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

a) o prazo de validade;

b) a data da emissão;

c) os dados do contrato e do órgão contratante;

d) o período respectivo de execução do contrato;

e) o valor a pagar; e

f) eventual destaque do valor de retenções tributárias cabíveis.

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

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

15.3.3. Destaques a serem realizados na Nota Fiscal:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

15.4. Prazo de pagamento

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

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

EM = I x N x VP

EM = Encargos Moratórios a serem acrescidos ao valor originalmente devido

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

I = (6 / 100) / 365

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

VP = Valor atualizado da Parcela em atraso

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

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

15.5. Forma de pagamento

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

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

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

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

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

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

15.6. REAJUSTE E ATUALIZAÇÃO DAS BASES DE PREÇOS

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

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

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

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

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

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

16. PENALIDADES:

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

17. DISPOSIÇÕES GERAIS:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

gov.br
Documento assinado digitalmente
FELIPE AUGUSTO DE ALMEIDA SOUZA
Data: 09/10/2026 12:07:37-0300
Verifique em https://validar.iti.gov.br

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

Prefeitura
de Jundiaí

ANEXO I À CONCORRÊNCIA Nº 017/26 – PROCESSO SEI Nº 19376/2026

TERMO DE REFERÊNCIA – ESPECIFICAÇÕES

Interessada: Secretaria Municipal De Comunicação

1. CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO:

1.1. Contratação de empresa especializada para prestação de serviços de publicidade para realização de atividades integradas que possibilite o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e na distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, conforme condições e exigências estabelecidas neste instrumento.

1.1. 1. Planejamento e execução de pesquisas de opinião e de pré/pós-teste de campanhas, e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato, visando mensurar o impacto e a eficiência das ações de comunicação; vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.1.2. À criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação e novas tecnologias de informação, com foco em soluções digitais, interatividade e meios alternativos de engajamento social destinados a expandir os efeitos das mensagens, à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada.

1.1.3. As pesquisas e os demais instrumentos de avaliação previstos no subitem **1.1.1** terão as seguintes finalidades:

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

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

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

2. JUSTIFICATIVA (Art. 6º, inciso XXIII, "b" da Lei 14.133/21)

2.1. A Secretaria Municipal de Comunicação SMCOM, da Prefeitura de Jundiaí, tem por finalidade assessorar o sr. Prefeito Municipal nas áreas de comunicação social, promover a divulgação das ações do Governo municipal e dos seus órgãos, disseminar informações de interesse público, coordenar e acompanhar a criação e veiculação da publicidade institucional relativa a planos, programas, projetos e ações, estabelecendo políticas e diretrizes, objetivando a manutenção de um fluxo permanente de informação à sociedade.

A contratação de serviços de publicidade pela Administração Municipal fundamenta-se no **Princípio da Publicidade** (Art. 37 da CF/88), mas vai além da simples exposição de atos: ela materializa a **Transparência Pública** e o dever de **Prestação de Contas**.

O cidadão de Jundiaí tem o direito de saber como os recursos públicos são aplicados, quais obras estão em andamento e como os serviços municipais estão sendo aprimorados. A comunicação institucional atua, portanto, como o elo que viabiliza o controle social, permitindo que a gestão apresente resultados de forma clara, acessível e democrática.

A sociedade da informação que estamos vivenciando, se caracteriza pela necessidade de respostas rápidas e por uma cultura acentuadamente voltada aos relacionamentos internos e externos, com transformações que se localizam principalmente nas formas e no tempo de

Prefeitura
de Jundiaí

distribuição de informação, resultado de inovações tecnológicas e da importância ofertada ao desenvolvimento social.

O ambiente da comunicação também mudou, com a inclusão das novas tecnologias que, de um lado, oferecem mais recursos e, de outro, aceleram os processos e alteram uma cultura bastante tradicional de relacionamento entre as comunidades interna e externa das organizações. Assim, temos notícias via satélite e por redes de crescente autonomia comunicacional do cidadão, a diminuição da prestação de serviços públicos presenciais, o crescente envolvimento da mídia com o mercado, enfim tudo parece indicar que existe uma grande transformação da cultura de comunicação na sociedade contemporânea.

Observa-se, portanto, que a comunicação governamental visando a prestação de contas, o estímulo para o engajamento da população nas políticas adotadas e o reconhecimento das ações promovidas nos campos político, econômico e social é de vital importância para o atingimento das metas estabelecidas.

Jundiaí atravessa um ciclo de desenvolvimento acentuado que demanda uma estrutura de comunicação proporcional à sua complexidade. Dados do IBGE demonstram que o município apresenta crescimento populacional contínuo e superior às médias estadual e nacional. Estima-se que a população tenha saltado de aproximadamente 443 mil habitantes em 2022 para mais de 463 mil em 2025.

Este crescimento demográfico é acompanhado por pujança econômica:

- **Relevância Econômica:** Jundiaí detém o 5º maior PIB per capita do Brasil e o 6º maior parque industrial do Estado de São Paulo.
- **Cidade Inteligente:** Classificada como a 6ª cidade mais inteligente e conectada do país, o município exige canais de comunicação que acompanhem esse patamar tecnológico.
- **PPA e Investimentos:** O Plano Plurianual prevê investimentos diversos em infraestrutura e serviços, o que gera uma demanda crescente por informação clara sobre obras, novos equipamentos e alterações na dinâmica urbana.

3. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO (Art. 6º, inc. XXIII, "c" da Lei 14.133/21) DA CONTRATAÇÃO DOS SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E SEU FUNDAMENTO.

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

3.2. A lei 12.232/2010, em seu artigo 1º. estabelece a obrigatoriedade da realização de procedimentos licitatórios nas contratações pela administração pública de serviços de publicidade, que deverão ser prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, aí abrangidos os órgãos do Poder Executivo, Legislativo e Judiciário, bem como as pessoas da administração indireta e todas as entidades controladas direta ou indiretamente pela União, Estados e Municípios.

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

3.4. O procedimento licitatório será realizado na modalidade Concorrência e, excepcionalmente, na forma presencial, em razão da necessidade de preservação do sigilo de autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, nos termos dos arts. 6º e 11 da Lei Federal nº 12.232/2010. A opção pela forma presencial mostra-se necessária para assegurar a adequada recepção, padronização, guarda e processamento dos invólucros destinados às propostas técnicas, sem identificação de autoria. As sessões públicas serão registradas em ata

Prefeitura
de Jundiaí

circunstanciada e gravadas em áudio e vídeo, sendo as gravações juntadas aos autos do processo licitatório, nos termos do art. 17, §§ 2º e 5º, da Lei Federal nº 14.133/2021.

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

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

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

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

3.9. A atuação em redes sociais limita-se à criação de peças publicitárias vinculadas a campanhas específicas e à intermediação de mídia paga. Não integram o objeto a gestão orgânica de perfis, o atendimento a utilizadores, a moderação de comentários, a produção editorial contínua, o monitoramento rotineiro de redes ou a assessoria de imprensa.

4. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO:

4.1. Os serviços objeto desta Concorrência deverão ser prestados exclusivamente por agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei Federal nº 4.680/1965, que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010, e que atendam às demais condições estabelecidas no Edital e em seus anexos.

4.2. O certificado de qualificação técnica de que trata o artigo 4º e seu parágrafo 1º, da lei 12.232/2010 deverá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-padrão (CENP), entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agência de propaganda.

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

Prefeitura
de Jundiaí

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

5. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE E DA CONTRATADA (art. 6º, inciso XXIII, "e" da Lei 14.133/21):

5.1. São obrigações da CONTRATANTE:

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

5.1.2. A Contratante comunicará por escrito à agência contratada, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas úteis.

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

5.1.4. A contratante proporcionará condições para a boa execução dos serviços.

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

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

5.1.7. A contratante cumprirá todos os compromissos financeiros assumidos com a contratada.

5.2. São obrigações da CONTRATADA:

5.2.1. A Contratada deverá respeitar as normas e princípios ambientais, minimizando os efeitos dos danos ao meio ambiente, utilizando tecnologias e materiais ecologicamente corretos, adotando, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da polução, na forma do disposto no artigo 144 da lei 14.133/21.

5.2.2. É vedada a subcontratação total do objeto, a cessão do contrato e a subcontratação de outra agência de propaganda para execução do núcleo dos serviços contratados. Não se considera subcontratação vedada a contratação de fornecedores de produção, pesquisas, tecnologia e demais atividades complementares autorizadas pela Lei nº 12.232/2010, observados os procedimentos de seleção, cotação, aprovação e prestação de contas previstos neste Termo de Referência.

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

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

5.2.5.A contratada, realizará, com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante contratação de terceiros na forma estabelecida pela lei 12.232/2010, de acordo com as especificações estipuladas pela contratante.

Prefeitura
de Jundiaí

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

5.2.7. Para a contratação de fornecedores de bens ou serviços especializados relacionados às atividades complementares previstas na Lei Federal nº 12.232/2010, a CONTRATADA deverá observar, cumulativamente, as seguintes condições:

a) a contratação somente poderá recair sobre pessoa física ou jurídica previamente cadastrada pelo Município e que atue no ramo do fornecimento pretendido;

b) deverão ser apresentados ao Município, previamente à contratação, no mínimo 3 (três) orçamentos, com especificações equivalentes e suficientes à comparação objetiva das propostas;

c) os orçamentos deverão identificar o fornecedor, CPF ou CNPJ, conforme o caso, data, prazo de validade, descrição e especificações do fornecimento, preços unitários e totais, tributos e demais condições comerciais pertinentes;

d) sempre que o valor do fornecimento for superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato, os orçamentos serão coletados em envelopes fechados e abertos em sessão pública convocada e realizada sob fiscalização do Município, nos termos do art. 14, § 2º, da Lei Federal nº 12.232/2010;

e) a contratação dependerá de aprovação prévia e expressa do Município;

f) é vedado o fracionamento artificial de fornecimentos ou serviços com a finalidade de afastar o procedimento previsto na alínea “d”;

g) é vedada a subcontratação de outra agência de propaganda para execução do núcleo dos serviços objeto do contrato**.**

5.2.7.1. A escolha do fornecedor será formalmente submetida à aprovação do Município e deverá considerar, além do preço, a adequação técnica, o prazo de execução ou entrega, a experiência, a qualidade e a compatibilidade da solução com a ação publicitária. A CONTRATADA apresentará relatório comparativo das propostas e declaração quanto à inexistência de conflito de interesses. A escolha de proposta que não seja a de menor preço dependerá de justificativa técnica e econômica expressa, com demonstração da vantagem para a ação publicitária e para o Município.

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

5.2.9. A contratada só divulgará informações acerca da prestação dos serviços objeto do contrato, que envolva o nome do município contratante, mediante sua prévia e expressa autorização.

5.2.10. A Contratada prestará esclarecimentos ao Município sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a Contratada, independentemente de solicitação.

5.2.11. A contratada não utilizará o presente contrato como caução ou garantia de qualquer operação financeiras.

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

5.2.13. A contratada cumprirá a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados.

Prefeitura
de Jundiaí

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

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

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

5.2.17. Constituem-se responsabilidade da contratada quanto a direitos autorais:

a) A CONTRATADA cederá ao Município, de forma definitiva, total e sem remuneração adicional, os direitos patrimoniais sobre as ideias, peças, campanhas, textos, layouts, identidades visuais, arquivos editáveis e demais obras criadas diretamente em decorrência do contrato, para utilização, reprodução, edição, adaptação, tradução, distribuição, exibição, publicação e disponibilização em quaisquer meios, suportes ou tecnologias, no Brasil e no exterior, pelo prazo de proteção legal.

b) Permanecem preservados os direitos morais dos autores.

c) Para obras, imagens, vozes, trilhas, fontes, softwares ou outros direitos pertencentes a terceiros, a CONTRATADA deverá informar previamente as condições, prazo, território, meios e limitações da licença, apresentando alternativas de cessão temporária e definitiva, quando disponíveis.

d) A CONTRATADA entregará os arquivos-fonte e editáveis e responderá pela regularidade de todas as autorizações e licenças.

5.2.18. A CONTRATADA deverá observar integralmente a Lei Federal nº 13.709/2018 – Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD, tratando os dados pessoais a que tiver acesso exclusivamente para as finalidades necessárias à execução do contrato e de acordo com as instruções do Município.

5.2.18.1. É vedada, sem prévia e expressa autorização do Município, a utilização, inserção, compartilhamento, transferência ou disponibilização de dados pessoais, informações governamentais não públicas, documentos, arquivos, conteúdos de briefings ou outras informações obtidas em razão da execução contratual em sistemas, plataformas ou modelos de inteligência artificial que utilizem tais conteúdo para treinamento, ajuste, validação, enriquecimento de bases de dados ou quaisquer finalidades privadas estranhas ao objeto contratual.

5.2.18.2. A eventual utilização de ferramentas de inteligência artificial como recurso auxiliar à execução dos serviços deverá preservar a confidencialidade, a segurança da informação, a proteção de dados pessoais, os direitos autorais e demais direitos de terceiros, permanecendo a CONTRATADA integralmente responsável pelos produtos e conteúdos entregues.

6. DA EXECUÇÃO DO OBJETO DO CONTRATO (Art. 6, inc. XXIII, "e" da Lei 14.133/21):

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

Prefeitura
de Jundiaí

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

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

a) Planejamento estratégico pela agência, que realizará levantamento das necessidades da contratante, analisará o público-alvo e definirá as estratégias de comunicação. Apresentará relatório contendo as diretrizes para as ações publicitárias;

b) Criação das peças publicitárias;

c) Apresentadas as peças pela contratada, a contratante deverá aprová-la ou solicitar ajustes em prazo médio de cinco dias úteis, sempre por escrito.

d) Execução das campanhas publicitárias através dos meios definidos, conforme planejamento de mídia aprovado pela contratante.

e) Acompanhamento da campanha pela contratada, que apresentará relatórios à contratante sobre a divulgação da campanha

f) Encerramento da campanha, com relatório final contendo a análise dos resultados alcançados e o desempenho das ações publicitárias. Poderá a contratada recomendar a realização de pesquisas sobre o resultado da campanha.

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

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

7. GESTÃO DE CONTRATO (art. 6º, inciso XXIII, "f" da lei 14.133/21)

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

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

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

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

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

7.5. O reajuste dos preços contratuais, quando cabível, observará o índice, a data-base, o interregno mínimo e as demais condições estabelecidas no Edital, no contrato e na Lei Federal nº 14.133/2021. Eventuais alterações de prazo, quantitativas, qualitativas ou de outras condições contratuais não se confundem com reajuste e somente poderão ocorrer nas hipóteses e mediante os procedimentos legalmente admitidos.

Prefeitura
de Jundiaí

8. MEDIÇÃO E PAGAMENTO (art. 6, inc. XXIII, "g" da Lei 14.133/21).

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

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

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

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

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

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

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

8.8. Demais condições de medição e pagamento constam no item 15 do Edital.

9. SELEÇÃO DO FORNECEDOR

9.1. Em relação à contratação da agência de publicidade, deve haver estrita observância do art. 5º. da Lei 12.232/2010, sendo que a modalidade de licitação a ser adotada será a da Concorrência cujo critério de julgamento será o de técnica e preço, na proporção de 70% (setenta por cento) de valoração da proposta técnica.

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

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

9.4. A avaliação da Proposta Técnica será realizada exclusivamente com base nos quesitos, subquesitos, critérios e pontuações definidos neste Termo de Referência, no Edital e em seus anexos, mediante análise individualizada e fundamentada pela Subcomissão Técnica. A Proposta de Preços será examinada em etapa própria pela Comissão de Contratação, não podendo influenciar a atribuição das notas da Proposta Técnica.

9.5. A licitação será processada pela **Comissão Especial de Contratação**, ressalvada a análise e o julgamento das Propostas Técnicas, que competirão exclusivamente à Subcomissão Técnica constituída na forma da Lei Federal nº 12.232/2010.

Prefeitura
de Jundiaí

9.6. As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos 1/3 (um terço) deles não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação, observando-se as regras da lei n. 12.232/2010.

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

9.8. As Propostas Técnicas (compostas de Plano de Comunicação Publicitária e do conjunto de informações sobre as licitantes – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problemas de Comunicação) e de Preço, serão apresentadas pelas licitantes numa primeira sessão. Posteriormente e somente pelas licitantes classificadas nessa primeira fase, as licitantes deverão apresentar os documentos de Habilitação, na forma da lei 12.232/2010.

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

9.10. A Comissão Especial de Contratação será responsável pelo processamento da licitação, pelo julgamento das Propostas de Preços e da habilitação e pelos demais atos de sua competência, cabendo exclusivamente à Subcomissão Técnica a análise e o julgamento das Propostas Técnicas, sem prejuízo da manifestação técnica desta em recursos relacionados ao julgamento técnico, quando solicitada.

9.11. Para remuneração da agência são adotadas as disposições do art. 11 da Lei.4.680/65, art. 11 do Decreto n. 57.690/66, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária que estabelecem os preços de mercado, incorporadas ao sistema legal por força do Decreto n. 4563/2002.

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

9.13. Os honorários da agência, sobre produção externa, são fixados no máximo em 15%, conforme item 3.6 e 3.6.1 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária.

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

Na fase de execução do contrato:

9.15. A contratação de fornecedores de bens ou serviços especializados relacionados às atividades complementares somente poderá recair sobre pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo Município. O cadastramento permanecerá aberto durante a vigência do contrato, mediante critérios públicos e objetivos.

9.15.1. Para cada contratação, a agência apresentará, no mínimo, 3 (três) orçamentos de fornecedores do ramo pertinente, acompanhados de especificações equivalentes, prazo, validade, condições de pagamento e identificação completa dos proponentes.

9.15.2. Sempre que o fornecimento de bens ou serviços especializados tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato, a CONTRATADA procederá à coleta dos orçamentos em envelopes fechados, os quais serão abertos em sessão pública previamente convocada e realizada sob fiscalização do Município, nos termos do art. 14, § 2º, da Lei Federal nº 12.232/2010.

9.15.3. A agência apresentará recomendação técnica e econômica fundamentada, cabendo ao Município aprovar a contratação. A escolha de proposta que não seja a de menor preço dependerá de justificativa técnica expressa e demonstração de vantagem para a ação publicitária.

9.15.4. É vedado o fracionamento artificial de despesas, fornecimentos ou serviços que integrem uma mesma necessidade, ação ou produção publicitária, quando destinado a reduzir o valor individual das contratações e afastar a aplicação do procedimento previsto no subitem 9.15.2. Caberá ao gestor e ao fiscal do contrato verificar e registrar a inexistência de fracionamento indevido.

10. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

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

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

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA

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

a) Em papel tipo sulfite, A4 – com até 90 g/m2 branco;

b) Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda, capa e contracapa em papel sulfite branco, formato A4, branco e com até 90 g/m2;

c) Espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;

d) Títulos, entre títulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

e) Espaçamento “simples” entre linhas e opcionalmente duplo entre parágrafos, títulos e subtítulos.

f) Alinhamento justificado do texto.

g) Texto e numeração de páginas em fonte“Arial”, cor “automático”, corpo 12 (doze);

h) Numeração em todas as páginas, em fonte Arial 12, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, canto inferior direito.

Prefeitura
de Jundiaí

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

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

10.5.1. No ato do recebimento do invólucro destinado ao Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, a Comissão de Contratação verificará sua conformidade com as exigências de anonimato e padronização estabelecidas no Edital. Não será recebido o invólucro que apresente timbre, etiqueta, marca, marca-d'água, relevo, dobradura, sinal, inscrição ou qualquer outro elemento que permita identificar, direta ou indiretamente, a licitante, devendo a ocorrência ser registrada circunstanciadamente em ata e adotadas as consequências previstas no Edital e na legislação aplicável.

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

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

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

a) Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;

b) Explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

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

a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no Edital, com comentários sobre cada peça e ou material. Essa relação deverá relacionar as peças ou material em dois blocos: o primeiro, com as peças corporificadas, com o limite de 10 peças e o segundo, com as peças não corporificadas, sem limite do número de peças.

b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar 10 (dez) peças como exemplos para corporificar objetivamente sua proposta de solução dos desafios ou problemas, gerais e ou específicos, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

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

a) apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

Prefeitura
de Jundiaí

b) simulação de plano de distribuição em que a licitante indicará todas as peças e ou material destinados à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas, cujo valor estimado da campanha integral simulada será de **R$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais).**

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

a) o período de distribuição das peças e ou material;

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

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

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

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

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

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

Nessa simulação:

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

b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei 4.680/65;

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

d) Para veículos e plataformas digitais que não possuam tabela pública de preços ou que adotem contratação por leilão, desempenho ou audiência, a licitante deverá indicar o valor de investimento, o modelo de compra, os públicos, os critérios de segmentação, as métricas, as metas, os custos unitários estimados e os mecanismos de comprovação da entrega.

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

A gestão orgânica de perfis, o atendimento a usuários, a moderação de comentários e a produção ordinária e contínua de conteúdo para redes sociais não integram o objeto.

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

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA

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

Prefeitura
de Jundiaí

I - Ter a identificação da licitante;

II - Ser datado;

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

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

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

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

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

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

a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

b) a quantificação e a qualificação sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento.

c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;

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

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

REPERTÓRIO

10.9. A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4 ou A3 dobrado, em fonte Arial, tamanho 12 pontos, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

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

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

Prefeitura
de Jundiaí

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

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

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

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

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

10.17. As peças e ou material não podem se referir a trabalhos solicitados e ou aprovados pelo Município de Jundiaí.

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

10.18. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4 ou A3 dobrado, em fonte arial, tamanho 12 pontos, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

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

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

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

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

III - não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas e ou aprovadas pelo Município de Jundiaí.;

IV - deverá estar formalmente referendado pelo cliente.

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

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

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

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

Prefeitura
de Jundiaí

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

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

11. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

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

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

11.3. Plano de Comunicação Publicitária

11.4. Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão:

a) das funções e do papel do Município de Jundiaí nos contextos social, político e econômico;

b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município de Jundiaí com seus públicos;

c) das características do Município de Jundiaí e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;

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

e) dos desafios ou dos problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados pelo Município de Jundiaí

f) das necessidades de comunicação do ANUNCIANTE para enfrentar esses desafios ou problemas.

11.5. Estratégia de Comunicação Publicitária

a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do Município de Jundiaí e a seus desafios ou problemas, geral e ou específico, de comunicação;

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

c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Município de Jundiaí com seus públicos;

d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução dos desafios ou dos problemas, geral e ou específico, de comunicação do Município de Jundiaí;

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

f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o Município de Jundiaí o mercado no qual se insere, seus desafios ou problemas, geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível.

11.6. Ideia Criativa

a) sua adequação aos desafios ou problemas geral e ou específico, de comunicação da Prefeitura do Município de Jundiaí;

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

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

Prefeitura
de Jundiaí

d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

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

f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;

g) sua pertinência às atividades da Prefeitura do Município de Jundiaí e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;

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

i) a exequibilidade das peças e ou do material;

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

11.7. Estratégia de Mídia e Não Mídia

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

b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;

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

d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura do Município de Jundiaí;

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

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

11.8. Capacidade de Atendimento

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

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

c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Prefeitura do Município de Jundiaí;

d) a adequação das instalações da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;

e) a operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura de Jundiaí e a licitante, esquematizado na proposta;

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

11.9. Repertório

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

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

c) a clareza da exposição das informações prestadas;

11.10. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Prefeitura
de Jundiaí

a) a evidência de planejamento publicitário;

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

c) a relevância dos resultados apresentados;

d) a concatenação lógica da exposição.

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

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

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

11.13. A pontuação de cada quesito ou subquesito corresponderá à média aritmética das pontuações atribuídas pelos membros da Subcomissão Técnica.

11.13.1. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a qualquer quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação atribuída for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima prevista para o respectivo quesito ou subquesito, com o objetivo de restabelecer o equilíbrio das pontuações de acordo com os critérios objetivos estabelecidos no Edital e neste Termo de Referência.

11.13.2. Persistindo, após a reavaliação, diferença superior ao limite previsto no subitem anterior, os membros da Subcomissão Técnica responsáveis pelas pontuações consideradas destoantes deverão registrar, individualmente e por escrito, as razões que fundamentaram a manutenção das respectivas notas, devendo as justificativas integrar o relatório de julgamento e os autos do processo licitatório.

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

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

12. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

Prefeitura
de Jundiaí

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

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

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

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

b) **percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento)** incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato, bem como incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

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

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

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

13. DO VALOR, PRAZO, VIGÊNCIA E DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

13.1. Para a prestação dos serviços será contratada 01 (uma) agência de propaganda. O valor global estimado da contratação para o período inicial de 12 (doze) meses é de **R$ 8.900.000,00 (oito milhões e novecentos mil reais)**. As despesas correspondentes ao exercício de 2026 correrão por conta da dotação orçamentária nº **04.01.04.131.0190.2019.3390**, observadas, quanto aos exercícios subsequentes, as dotações próprias consignadas nos respectivos orçamentos, quando cabível.

13.2. O prazo de vigência da presente contratação será de 12 (doze) meses, contados da data de assinatura do Contrato, podendo ser prorrogado, a critério da administração, segundo as disposições do artigo 107 da Lei 14.133/21 e suas alterações.

Prefeitura
de Jundiaí

ANEXO II A CONCORRÊNCIA Nº 017/2026
BRIEFING

O TEMA DA PROVA TÉCNICA

O desafio consiste em desenvolver uma estratégia de comunicação integrada e uma campanha publicitária que dialogue com a transição demográfica de Jundiaí. As agências concorrentes devem criar um conceito que mostre que o olhar cuidadoso que a cidade sempre teve com a infância (Programa Cidade das Crianças) é a mesma premissa utilizada hoje para acolher, proteger e promover a qualidade de vida da população que está envelhecendo.

A campanha deve dar visibilidade, de forma humana e integrada, às políticas públicas existentes (como os complexos esportivos, Centros de Convivência, CRAS e saúde preventiva) e ao planejamento de longo prazo para os próximos anos.

2. CONTEXTO DO DESAFIO (BRIEFING)

Panorama de Jundiaí e o paradoxo demográfico

Jundiaí é reconhecida nacionalmente por seus excelentes índices de IDH, segurança e infraestrutura, sendo pioneira na aplicação de políticas públicas voltadas à infância. Contudo, os dados mais recentes do Censo IBGE e do Observatório Jundiaí revelam uma realidade incontornável: **a cidade está envelhecendo em ritmo acelerado.** Atualmente, Jundiaí conta com **80.410 moradores com 60 anos ou mais**, o que representa aproximadamente **18% da população total** (praticamente 1 em cada 5 jundiaienses). Se a tendência atual persistir, na próxima década a cidade ultrapassará a marca de 100 mil idosos, tornando-se uma das cidades mais envelhecidas do Estado de São Paulo.

Abaixo está o panorama real que deve nortear o diagnóstico e a estratégia das agências:

Ano	**População Total**	**População 60+ (Idosos)**	**Percentual da População**
2010 *(IBGE)*	370.126	~ 45.000	~ 12,1%
2022 *(IBGE)*	443.221	~ 77.000	~ 17,3%
2025 *(Observatório)*	~ 450.000 (est.)	**80.410**	**~ 18,0%**

Distribuição geográfica e atendimento atual

Os dados do Observatório Jundiaí apontam uma forte concentração da população idosa em bairros tradicionais e consolidados, que exigem uma comunicação hiperlocalizada e descentralizada:

- **Jardim do Lago:** 4.253 idosos
- **Alvorada:** 3.525 idosos

Prefeitura
de Jundiaí

- **Maringá:** 2.831 idosos
- **Vila Rami:** 2.713 idosos
- **Centro:** 2.697 idosos *(com alta taxa de idosos vivendo sozinhos em pensões e vulnerabilidade social)*
- **Cecap:** 2.683 idosos
- **Anhangabaú:** 2.619 idosos

A prefeitura já possui uma rede de atendimento, porém ela é pouco conhecida pelo público geral ou vista de forma fragmentada. O desafio é envelopar e comunicar essa rede, que inclui:

1. **Envelhecimento ativo e cultura:** O Centro de Convivência do Idoso (CCI) no Complexo Argos (atendendo 420 idosos/mês, oficinas de Chi Kung, coral, dança e o tradicional Baile de Sábado).
2. **Vínculos e assistência:** O Serviço de Convivência (SCFV) nos bairros (Santa Gertrudes, Novo Horizonte, Morada das Vinhas, São Camilo, Tamoio) e o grupo **FormIDOSO** no Centro, focado em idosos vulneráveis do Cadastro Único.
3. **Saúde descentralizada e cuidado especializado:** O Centro Dia da Pessoa Idosa (para idosos dependentes) e as oficinas de saúde mental e corporal nos CRAS (Liang Kung, Ginástica Corporal, Dança Circular).
4. **Autonomia digital:** Os novos cursos de Letramento Digital para a inclusão da terceira idade nos serviços de tecnologia da cidade.
5. **Centros Esportivos:** A rede de Complexos Esportivos (CECEs) espalhada pela cidade, que promove o envelhecimento saudável por meio de modalidades adaptadas (como o vôlei adaptado, hidroginástica, ginástica funcional e alongamento) e jogos de salão, transformando os espaços em pontos de encontro cotidianos e combate ao isolamento social.

Objetivo da campanha

- **Desmistificar o envelhecimento:** Romper com a visão de que envelhecer é sinônimo de inatividade, posicionando Jundiaí como a cidade do "envelhecimento ativo, saudável e protegido".

- **Dar visibilidade à rede:** Reunir os serviços de esporte, cultura, assistência social e saúde preventiva sob uma mesma narrativa de fácil acesso para o idoso e para a sua família (cuidadores).

Direcionamento Criativo

- **Tom de voz:** Respeitoso, inclusivo, acolhedor e profundamente empático. O idoso de Jundiaí deve ser retratado com autonomia, vivacidade e dignidade.

- **Foco no Sentimento de Pertencimento:** A narrativa deve valorizar quem ajudou a construir a Jundiaí de hoje e mostrar que a cidade continua se adaptando para eles.

3. ENTREGAS REQUERIDAS

As agências concorrentes deverão apresentar uma proposta estruturada dividida em dois blocos:

A. Plano de Comunicação e Estratégia

- **Conceito central e assinatura:** Criação de um slogan ou assinatura de campanha que conecte o DNA de "Cidade das Crianças" ao acolhimento da "Cidade da Longevidade" (Ex: equilíbrio, cuidado ao longo da vida).

- **Estratégia de meios (canais multigeracionais):** Como atingir esse público de forma eficiente? Deve contemplar os idosos mais analógicos (rádio, jornais locais, ações de bairro na UBS/CRAS) e os idosos conectados (WhatsApp, Facebook), além de impactar os filhos e netos (cuidadores).

B. Execução Criativa

Prefeitura
de Jundiaí

● **Identidade visual / selo:** Criação de um selo ou identidade visual que unifique as comunicações voltadas à pessoa idosa em Jundiaí (para ser usado em cartilhas, postos de saúde, centros esportivos).

4. DIRETRIZES

- ● **Público-Alvo:** Munícipes com mais de 60 anos (segmentados por perfil ativo e dependente), suas famílias/cuidadores e a população geral de Jundiaí.
- ● **Referencial geográfico e orgulho local:** A campanha deve se valer do orgulho que o jundiaiense tem de sua infraestrutura (Complexo Argos, Parque da Cidade, os Complexos Esportivos de bairro) para gerar credibilidade.
- ● **Integração de políticas:** A agência deve demonstrar com clareza que a saúde do idoso não se faz apenas dentro dos hospitais, mas sim na integração com a cultura (oficinas do CCI), a assistência social (CRAS) e o esporte, (CECEs)
- **Diretriz relativa à inovação:** A inovação, a criatividade e a capacidade de desenvolvimento da solução publicitária serão avaliadas exclusivamente no âmbito dos quesitos e subquesitos técnicos e das respectivas pontuações estabelecidas no Edital e neste Termo de Referência, não constituindo critério autônomo de desempate. Eventual empate será solucionado exclusivamente de acordo com as regras previstas no Edital e na legislação aplicável.

Integram este Anexo os extratos ou relatórios oficiais utilizados pela Administração.
Para a campanha simulada, consideram-se expressamente definidos:
a) tema e problema de comunicação;
b) objetivos geral e específicos;
c) públicos prioritários;
d) abrangência geográfica;
e) período simulado de veiculação;
f) verba referencial total, abrangendo produção e mídia;
g) restrições legais e institucionais;
h) resultados e métricas esperados.

Prefeitura
de Jundiaí

ANEXO III A CONCORRÊNCIA Nº 017/2026

AÇÕES EM JUNDIAÍ

CASA CIVIL

- Assessoria de Políticas para a Pessoa Idosa – Atua no Paço Municipal, oferecendo orientação sobre direitos, acesso a serviços públicos, programas sociais e políticas voltadas ao envelhecimento com qualidade de vida.

ASSISTÊNCIA

Somente no CCI Argos, são atendidos em média 520 participantes que frequentam oficinas, atividades de convivência e ações informativas, todas pensadas para garantir qualidade de vida, bem-estar e fortalecimento dos vínculos sociais. Além das atividades desenvolvidas pelo CCI, os Centros de Referência de Assistência Social (CRAS) também ofertam oficinas voltadas ao fortalecimento da convivência comunitária, promoção do bem-estar e estímulo ao envelhecimento ativo.

- CRAS Oeste – Ginástica Corporal e Dança Circular
- CRAS Nordeste – Artes
- CRAS Sul – Teatro
- CRAS Norte – Teatro e Liang Kung
- CRAS Central – Artes
- CRAS Leste – Dança Circular e Artes
- CCI – Centro de Referência do Idoso – Vila Arens - oficinas gratuitas e atividades que valorizam a autonomia, a saúde e o vínculo entre os participantes, como Chi Kung, yoga, Tai Chi Chuan, dança cigana, dança de salão, violão, coral, capoeira, literatura, artesanato, técnicas de pintura e desenho, ginástica, alongamento, equilíbrio e postura. Todo sábado há o tradicional baile dos idosos.
- Projeto Feira do Bem - A iniciativa integra o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), em convênio com o Ministério do Desenvolvimento Agrário, e tem como objetivo garantir o acesso a frutas, verduras e legumes para pessoas idosas em situação de vulnerabilidade social que recebem Benefício de Prestação Continuada (BPC) ou que são acompanhados pelos CRAS (Centros de Referência de Assistência Social) e demais serviços da rede socioassistencial. Implantado em outubro de 2025, o projeto já distribuiu cerca de 7,2 toneladas de frutas, verduras e legumes. Atualmente, a ação beneficia em média 135 idosos por mês. Entre janeiro e maio deste ano, foram registrados 379 atendimentos, com a entrega de aproximadamente 3,7 toneladas de alimentos.
- Centro Dia do Idoso, vinculado ao CREAS - Atendimento diário para idosos semidependentes.
- Parceria com duas Instituições de Longa Permanência para Idosos (ILPIs) e com a República Vida Longa, destinada a pessoas idosas com autonomia.

SAÚDE

- UBSs e Clínicas da Família – Grupos de Práticas Integrativas e Complementares (PICs), de fisioterapia, Meditação, Auriculoterapia, Nutrição, Grupos de leitura, Grupos terapêuticos, Grupos de socialização, Ações de promoção da saúde, Ações de prevenção. Cada unidade conta com sua própria programação.
- Ambulatório de Geriatria - Atendimento especializado em Geriatria
- Rede Municipal de Saúde - Distribuição gratuita de medicamentos, acompanhamento dos pacientes, ações de prevenção e promoção do envelhecimento saudável, como palestras e demais atividades.

ESPORTE

- Complexos Esportivos Municipais - Atividades físicas e esportivas para pessoas idosas. Cada unidade conta com sua própria programação. Jundiaí oferece diversas opções gratuitas e de baixo impacto para a terceira idade. Os principais destaques incluem o Vôlei Adaptado e o Walking Football (Futebol +60), além de modalidades como Natação 60+, Bocha e Yoga, distribuídas pela rede municipal e centros esportivos.
- Jogos +60 – Time Jundiaí - Com uma programação diversificada, o torneio de 2025 contou com 16 modalidades: atletismo, basquete 3×3, bocha, buraco, ciclovivência, damas, dança de salão, dominó, natação, tênis de campo, tênis de mesa, tênis de praia, truco, voleibol adaptado, xadrez e vivência em canoagem.

Prefeitura
de Jundiaí

CULTURA

- Jundiaí promove a integração da pessoa idosa por meio de oficinas culturais gratuitas e Centros de Convivência (CCI), focado em envelhecimento ativo. A cidade também garante o direito à meia-entrada em eventos artísticos e culturais.

INFRAESTRUTURA

- Parques em Jundiaí - Pistas de caminhada, áreas de descanso, quadras esportivas, ciclovias, bosques, áreas de piquenique, área para prática de esportes náuticos, automobilismo, aeromobilismo e outras atividades, tudo isso em contato direto com a natureza.
- Bosque Jardim Copacabana
- Jardim Botânico Jundiaí
- Mundo das Crianças
- Parque Botânico Tulipas Professor Aziz Ab'Saber
- Parque Comendador Antônio Carbonari – Parque da Uva
- Parque da Cidade
- Parque do Engordadouro Ângelo Costa
- Parque do Trabalhador – Corrupira
- Parque Ecológico Morada das Vinhas José Roberto Mota "Barroca"
- Parque Botânico Eloy Chaves
- Parque Jardim do Lago Antônio Garcia Machado

PERÍODO DA CAMPANHA

Para o exercício hipotético desta concorrência fica definido o prazo de 60 (sessenta) dias corridos, a critério da licitante.

INVESTIMENTO BRUTO

A verba referencial para a campanha simulada fica definida em R$1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais).

RECURSOS PRÓPRIOS E USO DE MARCA PARA ASSINATURA

Como recursos próprios de comunicação que podem compor a estratégia definida pela licitante destacamos: (lista todos os recursos: digitais, on e offline, redes sociais próprias, portal, etc).
Para assinatura da campanha as licitantes podem utilizar o brasão oficial da cidade com a nomenclatura Prefeitura de Jundiaí abaixo.
O brasão pode ser baixado no link a seguir: **Brasão - Prefeitura de Jundiaí - Google Drive**

Prefeitura
de Jundiaí

ANEXO IV A CONCORRÊNCIA Nº 017/2026

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

1. IDENTIFICAÇÃO DA LICITANTE:

Razão Social: _____
CNPJ nº: _____
Endereço: _____
Município/UF: _____
CEP: _____
Telefone: _____
E-mail: _____
Representante legal: _____
CPF nº: _____

A empresa acima identificada, após examinar integralmente o Edital da Concorrência nº 017/2026 e seus anexos, apresenta sua PROPOSTA DE PREÇOS, para fins de julgamento pelo critério de TÉCNICA E PREÇO, nas seguintes condições:

2. PROPOSTA DE PREÇOS:

Quesito	Componente da remuneração	Percentual ofertado em algarismos	Percentual ofertado por extenso
1	Honorários incidentes sobre os custos dos serviços especializados e demais fornecimentos realizados por terceiros, relacionados à produção e à execução técnica das peças e materiais publicitários criados pela agência, quando legal e contratualmente cabíveis.	_____ %	_____ por cento
2	Honorários incidentes sobre os custos de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento, quando executados por terceiros e diretamente relacionados às ações publicitárias objeto do contrato.	_____ %	_____ por cento
3	Honorários incidentes sobre os custos de serviços especializados destinados à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, quando executados por terceiros e diretamente vinculados à ação publicitária.	_____ %	_____ por cento
4	Remuneração incidente sobre investimentos em mídia digital nas hipóteses em que o respectivo veículo, plataforma ou meio de divulgação não remunere a agência mediante desconto-padrão de agência ou outra forma equivalente legalmente admitida.	_____ %	_____ por cento
5	Desconto a ser concedido ao Município sobre os preços da Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO/SP, vigente na	_____ %	_____ por cento

Prefeitura
de Jundiaí

	data da execução do serviço.		

3. VALIDADE DA PROPOSTA

A presente proposta terá validade de **120 (cento e vinte) dias**, contados da data da sessão de abertura da licitação, conforme estabelecido no Edital.

Local e data: _____

Nome do representante legal

Cargo/Função

Assinatura do representante legal

Prefeitura
de Jundiaí

ANEXO V A CONCORRÊNCIA Nº 017/2026

MODELO DE DECLARAÇÕES

A empresa _____, inscrita no CNPJ nº _____, com sede à _____, por intermédio de seu representante legal, Sr.(a) _____, portador(a) do CPF nº _____, para fins de participação na Concorrência nº 017/2026, promovida pelo Município de Jundiaí, DECLARA, sob as penas da lei, que:

I – atende integralmente aos requisitos de habilitação e às condições de participação estabelecidas no Edital e em seus anexos, responsabilizando-se pela veracidade das informações e documentos apresentados;
II – não se encontra enquadrada em qualquer hipótese legal que impeça sua participação na licitação ou eventual contratação com o Município de Jundiaí, especialmente nas situações previstas no art. 14 da Lei Federal nº 14.133/2021, comprometendo-se a comunicar fato superveniente que altere essa condição;
III – cumpre o disposto no art. 7º, inciso XXXIII, da Constituição Federal, não empregando menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, nem menor de 16 (dezesseis) anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir dos 14 (quatorze) anos;
IV – cumpre as exigências legais de reserva de cargos para pessoas com deficiência, reabilitados da Previdência Social e demais reservas previstas em lei ou em normas específicas, quando aplicáveis;
V – sua proposta econômica compreende a integralidade dos custos necessários ao cumprimento dos direitos trabalhistas assegurados pela Constituição Federal, legislação trabalhista, normas infralegais, convenções coletivas de trabalho e termos de ajustamento de conduta vigentes na data de apresentação da proposta;
VI – examinou e aceita integralmente as condições do Edital, do Termo de Referência, do Briefing, da minuta contratual e dos demais anexos, dispondo dos elementos necessários à elaboração de suas propostas e à execução do objeto;
VII – as informações prestadas e documentos apresentados no procedimento são verdadeiros, estando ciente de que declaração falsa sujeitará a licitante às responsabilidades administrativas, civis e penais legalmente cabíveis.
Por ser expressão da verdade, firma a presente declaração.

_____, _____ de _____ de 2026.

gov.br
Documento assinado digitalmente
FELIPE AUGUSTO DE ALMEIDA SOUZA
Data: 09/10/2026 12:07:37-0300
Verifique em https://validar.iti.gov.br

Contrato nº _____/2026
Processo SEI PMJ.0019376/2026
Concorrência nº 017/2026

MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ, inscrito no CNPJ sob nº 45.780.103/0001-50, estabelecido na Av. da Liberdade s/nº, Paço Municipal, Vila Hortolândia, doravante designado apenas MUNICÍPIO, neste ato representado pelo(a) Sra. **GEOVANA CAROLINE SILVA ORTIZ**, Secretária Municipal Interina de Comunicação e pela Sra. **NATHÁLIA PEREIRA LIBA RAMOS**, Diretora do Departamento de Planejamento, Gestão e Finanças.

(razão social), inscrita no CNPJ sob nº _____, estabelecida em _____, adiante denominada apenas **CONTRATADA**, por seu representante legal, Sr. _____, (nacionalidade), (estado civil), (profissão), portador do RG nº _____ e inscrito no CPF/MF sob nº _____

FUNDAMENTO LEGAL: Lei Federal nº 14.133/21, Lei nº 12.232/2010 e Lei nº 4.680/1965.

EMPREITADA: preço unitário

1. DO OBJETO

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

1.2. Este contrato, seu objeto e as condições de execução vinculam-se ao Termo de Referência e demais documentos a ele incorporados, à proposta da CONTRATADA, bem como ao Edital e seus anexos, nos casos de processo licitatório, ou ao Ato de Autorização de Licitação, nos casos de dispensa e inexigibilidade de licitação, independentemente de transcrição.

2. DA VIGÊNCIA

2.1. O prazo de vigência deste contrato será de 12 (doze) meses, a contar da data de assinatura do presente, na forma do artigo 105 da Lei Federal n° 14.133/21.

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

2.3. A CONTRATADA poderá se opor à prorrogação de que trata a cláusula anterior, desde que o faça mediante documento escrito, recepcionado pelo MUNICÍPIO em até 90 (noventa) dias antes do vencimento do contrato ou de cada uma das prorrogações do prazo de vigência.

2.4. A CONTRATADA não tem direito subjetivo à prorrogação contratual, e não poderá pleitear qualquer espécie de indenização em razão da não prorrogação do prazo de vigência contratual por conveniência do MUNICÍPIO.

2.5. Eventuais prorrogações de contrato serão formalizadas mediante celebração de termo aditivo, respeitadas as condições prescritas na Lei nº 14.133/2021.

2.6. Nas eventuais prorrogações contratuais, custos não renováveis já pagos ou amortizados no âmbito da contratação, quando houver, deverão ser eliminados como condição para a prorrogação.

2.7. O contrato não poderá ser prorrogado quando a CONTRATADA tiver sido penalizada com as sanções de declaração de inidoneidade ou impedimento de licitar e contratar com poder público, observadas as abrangências de aplicação.

2.8. Não obstante o prazo de vigência estabelecido na cláusula 2.1., a manutenção deste contrato nos exercícios subsequentes ao de sua celebração ficará sujeita às seguintes condições resolutivas:

I - na inexistência de recursos aprovados nas respectivas Leis Orçamentárias de cada exercício para atender as respectivas despesas, acarretando a extinção do contrato a partir de sua ocorrência; ou

II - na ausência de vantagem para o MUNICÍPIO na manutenção do contrato, desde que o MUNICÍPIO comunique à CONTRATADA a opção pela extinção do contrato com ao menos 2 (dois) meses de antecedência em relação à próxima data de aniversário do contrato, acarretando a extinção do contrato a partir da referida data de aniversário contratual.

2.9. Ocorrendo a resolução do contrato com fundamento em qualquer das condições resolutivas previstas na cláusula 2.8., a CONTRATADA não terá direito a qualquer espécie de indenização.

3. DO VALOR E DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

3.1. O valor total estimado da contratação é de R$ (_____).

3.2. No valor acima estão incluídas todas as despesas ordinárias diretas e indiretas decorrentes da execução contratual, inclusive tributos e/ou impostos, encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais incidentes, bem como taxas de licenciamento, administração, frete, seguro e outros necessários ao cumprimento integral do objeto da contratação, sendo que o MUNICÍPIO não assumirá responsabilidade pelo pagamento de impostos e/ou outros encargos que competirem à CONTRATADA, nem se obrigará a restituição ou reembolso de quantias, principais ou acessórias, dispendidas com esses pagamentos.

3.3. As despesas decorrentes desta contratação correrão à conta da(s) rubrica(s):

- 04.01.04.131.0190.2019.3390 – Recursos Próprios

3.4. A dotação relativa aos exercícios financeiros subsequentes será indicada após aprovação da Lei Orçamentária respectiva e liberação dos créditos correspondentes, mediante apostilamento.

4. DA LIQUIDAÇÃO, DO PAGAMENTO E DO REAJUSTE

4.1. O prazo para liquidação e pagamento à CONTRATADA e demais condições a ele referentes encontram-se descritas no Edital e/ou Termo de Referência.

4.1.1. A CONTRATADA deverá seguir as normas gerais de tributação previdenciária e de arrecadação das contribuições sociais destinadas à Previdência Social e das contribuições devidas a terceiros, dispostas na Instrução Normativa RFB nº 2110, de 17 de outubro de 2022, e suas alterações.

4.1.2. O MUNICÍPIO realizará a retenção do Imposto de Renda (IR), nos pagamentos que efetuar à CONTRATADA, pelo fornecimento de bens ou prestação de serviços em geral, inclusive obras, consoante tabela de retenção disposta na Instrução Normativa RFB nº 1.234 de 11 de janeiro de 2012, e suas alterações.

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

EM = I x N x VP
EM = Encargos Moratórios a serem acrescidos ao valor originalmente devido
I = Índice de atualização financeira, calculado segundo a fórmula:
I = (6 / 100) / 365
N = Número de dias entre a data limite prevista para o pagamento e a data do efetivo pagamento
VP = Valor atualizado da Parcela em atraso.

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

4.2.2. Para efeito dos itens 4.2 e 4.2.1, a CONTRATADA deverá apresentar pedido expresso, ocasião em que será realizada a análise e negociação com o MUNICÍPIO.

4.3. Os preços inicialmente contratados são fixos e irreajustáveis no prazo de um ano, contado da data do orçamento estimado, em 06/05/2026.

4.3.1. Após o interregno de um ano, os preços iniciais poderão ser reajustados, observando como limite máximo a variação do índice IPCA/IBGE.

4.3.2. O reajuste será concedido pelo MUNICÍPIO, observada a periodicidade legal e contratual aplicável, mantendo-se como data-base a do orçamento estimado, produzindo efeitos a partir da data de aquisição do direito ao reajuste.

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

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

4.3.5. Na ausência de previsão legal quanto ao índice substituto, as partes elegerão novo índice oficial, para reajustamento, por meio de termo aditivo.

4.3.6. O reajuste será realizado por apostilamento.

5. DA CAUÇÃO

5.1. Não haverá exigência de garantia de execução para a presente contratação.

6. DA EXECUÇÃO, FISCALIZAÇÃO, GESTÃO E RECEBIMENTO DO CONTRATO

6.1. O regime de execução, os modelos de gestão e de execução, assim como os prazos e condições de conclusão, entrega, observação e recebimento do objeto constam no(s) Anexo(s) ao Edital, Termo de Referência e Proposta da CONTRATADA, observando-se ainda as demais disposições deste contrato.

6.1.1. Quando couber, os serviços serão recebidos provisoriamente, pelos fiscais técnicos e administrativo, mediante termos detalhados, quando verificado o cumprimento das exigências de caráter técnico e administrativo.

6.1.2. A CONTRATADA fica obrigada a reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, às suas expensas, no todo ou em parte, o objeto em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou materiais empregados, cabendo à fiscalização não atestar a última e/ou única medição de serviços, quando houver, até que sejam sanadas todas as eventuais pendências que possam vir a ser apontadas no Recebimento Provisório.

6.1.3. Os serviços poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando em desacordo com as especificações constantes no Termo de Referência e na proposta, sem prejuízo da aplicação das penalidades.

6.1.4. Quando couber, os serviços serão recebidos definitivamente por servidor ou comissão designada pela autoridade competente, após a verificação da qualidade e quantidade do serviço e consequente aceitação mediante termo detalhado.

6.1.5. No caso de controvérsia sobre a execução do objeto, quanto à dimensão, qualidade e quantidade, deverá ser observado o teor do art. 143 da Lei Federal nº 14.133/21, comunicando-se a CONTRATADA para emissão de Nota Fiscal no que permite à parcela incontroversa da execução do objeto, para efeito de liquidação e pagamento.

6.1.6. Nenhum prazo de recebimento ocorrerá enquanto pendente a solução, pela CONTRATADA, de inconsistências verificadas na execução do objeto ou no instrumento de cobrança.

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

6.1.8. A contratação de fornecedores de bens ou serviços especializados relacionados às atividades complementares somente poderá recair sobre pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo MUNICÍPIO. O cadastramento permanecerá aberto durante a vigência do contrato, mediante critérios públicos e objetivos.

6.1.9. Para cada contratação, a agência apresentará, no mínimo, 3 (três) orçamentos de fornecedores do ramo pertinente, acompanhados de especificações equivalentes, prazo, validade, condições de pagamento e identificação completa dos proponentes.

6.1.10. Quando o valor do fornecimento superar 0,5% do valor global inicial do contrato, os orçamentos serão coletados em envelopes fechados e abertos em sessão pública convocada e fiscalizada pelo MUNICÍPIO, nos termos do art. 14, § 2º, da Lei Federal nº 12.232/2010.

6.1.11. A agência apresentará recomendação técnica e econômica fundamentada, cabendo ao MUNICÍPIO aprovar a contratação. A escolha de proposta que não seja a de menor preço dependerá de justificativa técnica expressa e demonstração de vantagem para a ação publicitária.

6.1.12. É vedada a fragmentação de despesas para afastar a sessão pública prevista na cláusula 6.1.10.

6.2. O MUNICÍPIO reserva-se o direito de exercer a mais ampla e completa fiscalização, embora a CONTRATADA seja a única responsável pelo cumprimento das obrigações assumidas, bem como pelos danos materiais ou pessoais que forem causados a terceiros, por ato próprio dessa ou de seus operários e/ou prepostos.

6.3. Na prática de qualquer ato administrativo incumbirá aos servidores públicos envolvidos a observância dos princípios constitucionais e infraconstitucionais que regem o exercício da função administrativa, competindo-lhes a fiscalização quanto ao cumprimento de tais preceitos, sem prejuízo da fiscalização por aqueles que de qualquer modo estiverem vinculados ou ainda de qualquer cidadão, nos termos da legislação de regência da matéria.

6.4. Os efeitos da medida fiscalizatória serão assegurados através do recebimento de denúncia dirigida à autoridade máxima da respectiva Secretaria Municipal, mediante protocolo, sem prejuízo do acionamento de outras vias de controle interno e externo, nos termos da legislação aplicável, ficando os responsáveis sujeitos às medidas de correção e punitivas cabíveis, observados os preceitos constitucionais e legais.

6.5. O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e as normas da Lei Federal n° 14.133/2021, e cada parte responderá pelas consequências de sua inexecução total ou parcial.

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

6.7. As comunicações entre o MUNICÍPIO e a CONTRATADA devem ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

6.8. O MUNICÍPIO poderá convocar a CONTRATADA para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato.

6.9. Após a assinatura do contrato, o MUNICÍPIO poderá convocar o(s) representante(s) da CONTRATADA para reunião inicial de apresentação do plano de fiscalização, que conterá informações acerca das obrigações contratuais, dos mecanismos de fiscalização, das estratégias para execução do objeto, do método de aferição dos resultados e das sanções aplicáveis, dentre outros.

6.10. A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo(s) fiscal(is), representantes da Administração especialmente designados conforme requisitos estabelecidos no art. 7º da Lei Federal nº 14.133/2021, ou pelos respectivos substitutos, para que sejam cumpridas todas as condições estabelecidas neste contrato, de modo a assegurar os melhores resultados para o MUNICÍPIO, permitida a contratação de terceiros para assistí-los e subsidiá-los com informações pertinentes a essa atribuição.

6.10.1. O fiscal do contrato anotará em registro próprio todas as ocorrências relacionadas à execução deste contrato, determinando o que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados.

6.10.2. O fiscal do contrato informará a seus superiores, em tempo hábil para a adoção das medidas convenientes, a situação que demandar decisão ou providência que ultrapasse sua competência.

6.10.3. O fiscal do contrato será auxiliado pelos órgãos de assessoramento jurídico e de controle interno da Administração, que deverão dirimir dúvidas e subsidiá-lo com informações relevantes para prevenir riscos na execução contratual.

6.10.4. Na hipótese da contratação de terceiros prevista na cláusula 6.10 deste Contrato, deverão ser observadas as seguintes regras:

6.10.4.1. A empresa ou o profissional contratado:

a) assumirá responsabilidade civil objetiva pela veracidade e pela precisão das informações prestadas;

b) firmará termo de compromisso de confidencialidade; e

c) não poderá exercer atribuição própria e exclusiva de fiscal de contrato.

6.10.5. A contratação de terceiros não eximirá de responsabilidade o fiscal do contrato, nos limites das informações recebidas do terceiro contratado.

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

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

6.11.2. Persistindo a irregularidade, o MUNICÍPIO deverá adotar as medidas necessárias à rescisão contratual nos autos do processo administrativo correspondente, assegurada à CONTRATADA a ampla defesa.

6.11.3. Havendo a efetiva execução do objeto, os pagamentos serão realizados normalmente, até que se decida pela rescisão do contrato ou instrumento substitutivo, caso a CONTRATADA não regularize sua situação.

6.12. Será verificada mensalmente a manutenção das condições de habilitação da CONTRATADA, que deverá ser comprovada por meio das certidões exigidas para fins de habilitação acompanhando a Nota Fiscal, podendo o MUNICÍPIO solicitar quaisquer documentos comprobatórios pertinentes, caso necessário.

6.13. O gestor do contrato tomará providências para a formalização de processo administrativo de responsabilização para fins de aplicação de sanções, conforme disposições do Decreto Municipal n° 32.575, de 22 de fevereiro de 2023.

7. DAS OBRIGAÇÕES E RESPONSABILIDADES DO MUNICÍPIO E DA CONTRATADA

7.1. As obrigações e responsabilidades do MUNICÍPIO e da CONTRATADA são aquelas previstas no Edital, Termo de Referência, proposta da CONTRATADA e demais documentos a ele anexos, sendo que a CONTRATADA deve cumprir todas as obrigações constantes deste contrato e de seus anexos, assumindo como exclusivamente seus os riscos e as despesas decorrentes da boa e perfeita execução do objeto, observando, ainda, as obrigações a seguir dispostas, além das descritas abaixo:

7.2. Obriga-se a CONTRATADA a manter, durante todo período abrangido pela vigência deste contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas para a contratação.

7.3. Fica vedada à CONTRATADA contratar cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, de dirigente do MUNICÍPIO ou de agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato.

7.4. A CONTRATADA se responsabilizará pelos vícios e danos decorrentes da execução/entrega do objeto, bem como por todo e qualquer dano causado ao MUNICÍPIO ou terceiros, não reduzindo essa responsabilidade à fiscalização ou o acompanhamento da execução contratual pelo MUNICÍPIO, que ficará autorizado a descontar dos pagamentos devidos ou da garantia, caso exigida, o valor correspondente aos danos sofridos.

7.5. Ao longo de toda a execução do Contrato, a CONTRATADA deverá cumprir as exigências de reserva de cargos prevista em lei, bem como em outras normas específicas, para pessoa com deficiência, para reabilitado da Previdência Social e para aprendiz, devendo comprovar o cumprimento da reserva de cargos com a indicação dos empregados que preenchem as referidas vagas sempre que solicitado pelo MUNICÍPIO.

7.5.1. No âmbito municipal, foi expedido o Decreto nº 35.910, de 08 de janeiro de 2026, que regulamenta os procedimentos administrativos relativos à exigência e à comprovação de reservas legais, os quais deverão ser observados pela CONTRATADA.

7.6. A CONTRATADA deverá alocar os empregados necessários, com habilitação e conhecimento adequados, ao perfeito cumprimento das cláusulas deste contrato, fornecendo os materiais, equipamentos, ferramentas e utensílios demandados, cuja quantidade, qualidade e tecnologia deverão atender às recomendações de boa técnica e a legislação de regência.

7.6.1. Prestar todo esclarecimento ou informação solicitada pelo MUNICÍPIO, garantindo-lhes o acesso, a qualquer tempo, ao local dos trabalhos, bem como aos documentos relativos à execução contratual.

7.6.2. Paralisar, por determinação do MUNICÍPIO, qualquer atividade que não esteja sendo executada de acordo com a boa técnica ou que ponha em risco a segurança de pessoas ou bens de terceiros.

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

7.6.4. Submeter previamente, por escrito, ao MUNICÍPÍO, para análise e aprovação, quaisquer mudanças na execução que fujam às especificações do(s) Anexo(s) ao Edital e/ou Termo de Referência.

7.6.5. Atender às solicitações do MUNICÍPIO quanto à substituição dos empregados alocados, no prazo fixado pelo fiscal do contrato, nos casos em que ficar constatado descumprimento das obrigações relativas à execução do serviço, conforme descrito no Termo de Referência.

7.6.6. Instruir seus empregados quanto à necessidade de acatar as normas internas do MUNICÍPIO;

7.6.7. Instruir seus empregados a respeito das atividades a serem desempenhadas, alertando-os a não executar atividades não abrangidas por este contrato, devendo a CONTRATADA relatar ao MUNICÍPIO toda e qualquer ocorrência neste sentido, a fim de evitar desvio de função.

7.6.8. Cumprir, além dos postulados legais vigentes de âmbito federal, estadual, ou municipal, as normas de segurança do MUNICÍPIO;

7.6.9. Assegurar aos seus trabalhadores ambiente de trabalho, inclusive equipamentos e instalações, em condições adequadas ao cumprimento das normas de saúde, segurança e bem-estar no trabalho;

7.6.10. Garantir o acesso do MUNICÍPIO, a qualquer tempo, ao local dos trabalhos, bem como aos documentos relativos à execução contratual.

7.6.11. Promover a organização técnica e administrativa dos serviços, de modo a conduzi-los eficaz e eficientemente, de acordo com os documentos e especificações que integram o Termo de Referência, no prazo determinado.

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

7.6.13. Disponibilizar ao MUNICÍPIO os empregados devidamente uniformizados e identificados por meio de crachá, além de provê-los com os Equipamentos de Proteção Individual – EPI, quando for o caso, sem repassar quaisquer custos a estes.

7.6.14. Promover a guarda, manutenção e vigilância de materiais, ferramentas, e tudo o que for necessário à execução do objeto, durante a vigência do contrato.

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

7.7. Comunicar ao Fiscal do contrato, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas, qualquer ocorrência anormal ou acidente que se verifique na execução contratual.

7.8. Arcar com o ônus decorrente de eventual equívoco no dimensionamento dos quantitativos de sua proposta, inclusive quanto aos custos variáveis decorrentes de fatores futuros e incertos, devendo complementá-los, caso previsto inicialmente em sua proposta não seja satisfatório para o atendimento do objeto da contratação, exceto quanto ocorrer algum dos eventos arrolados no art. 124, II, “d”, da Lei Federal n° 14.133/2021.

7.9. A CONTRATADA adotará medidas, precauções e cuidados tendentes a evitar danos materiais e pessoais a seus operários e a terceiros, bem como todas as medidas relativas ao seguro contra tais danos, ficando sempre responsável pelas consequências originadas de eventuais acidentes.

7.10. Manter preposto aceito pelo MUNICÍPIO no local da obra ou do serviço para representá-lo na execução do contrato.

7.10.1. A indicação ou a manutenção do preposto da CONTRATADA poderá ser recusada pelo MUNICÍPIO, desde que devidamente justificada, devendo a CONTRATADA designar outro para o exercício da atividade.

7.11. Guardar sigilo sobre todas as informações obtidas em decorrência do cumprimento deste contrato, respondendo, administrativa, civil e criminalmente por sua indevida divulgação e incorreta ou inadequada utilização.

7.12. Ceder ao MUNICÍPIO todos os direitos patrimoniais relativos ao objeto contratado, o qual poderá ser livremente utilizado e/ou alterado em outras ocasiões, sem necessidade de nova autorização da CONTRATADA.

7.13. Reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, às suas expensas, no total ou em parte, no prazo fixado pelo fiscal do contrato, os serviços nos quais se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou dos materiais empregados;

7.14. Responsabilizar-se pelos vícios e danos decorrentes da execução do objeto, de acordo com o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 1990), bem como por todo e qualquer dano causado diretamente à Administração ou a terceiros em razão da execução do contrato, não excluindo nem reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento da execução contratual pelo MUNICÍPIO, que ficará autorizado a descontar dos pagamentos devidos ou da garantia, caso exigida na documentação que integra este instrumento, o valor correspondente aos danos sofridos;

7.15. Responsabilizar-se pelo cumprimento das obrigações previstas em Acordo, Convenção, ou Dissídio Coletivo de Trabalho das categorias abrangidas pelo contrato, e por todas as obrigações e encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais, sociais, comerciais e os demais previstos em legislação específica, cuja inadimplência não transfere a responsabilidade ao MUNICÍPIO, nos termos do artigo 121 da Lei nº 14.133, de 2021;

7.16. Quando não for possível a verificação da regularidade no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF, ou em outros meios eletrônicos hábeis de consulta, a CONTRATADA deverá atender à notificação do setor responsável pela fiscalização do contrato e apresentar, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, os seguintes documentos:

I – Certidão Conjunta relativa aos Tributos Federais e à Dívida Ativa da União;

II – Certidões que comprovem a regularidade fiscal perante as Fazendas Estadual e Municipal de seu domicílio ou sede, quando exigidas para fins de habilitação;

III – Certificado de Regularidade do FGTS – CRF;

IV – Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT, ou Certidão Positiva com Efeitos de Negativa.

7.17. Arcar com o ônus decorrente de eventual equívoco no dimensionamento de sua proposta, inclusive quanto aos custos variáveis decorrentes de fatores futuros, mas que sejam previsíveis em seu ramo de atividade;

7.18. Cumprir as disposições legais e regulamentares federais, estaduais e municipais que interfiram na execução do objeto, bem como as normas de segurança do MUNICÍPIO;

7.19. Garantir o acesso do MUNICÍPIO, a qualquer tempo, ao local dos trabalhos, bem como aos documentos relativos à execução do objeto;

7.20. Promover a organização técnica e administrativa dos serviços, de modo a conduzi-los eficaz e eficientemente, de acordo com os documentos e especificações que integram o Termo de Referência, no prazo determinado;

7.21. Prestar os serviços conforme os parâmetros e rotinas estabelecidos, utilizando todos os materiais, equipamentos e utensílios em quantidade, qualidade e tecnologia adequadas, com a observância às recomendações aceitas pela boa técnica, e normas da legislação;

7.22. Orientar e treinar seus profissionais sobre os deveres previstos na Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, adotando medidas eficazes para proteção de dados pessoais a que tenha acesso por força da execução deste contrato;

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

7.24. Não permitir a utilização de qualquer trabalho do menor de 16 (dezesseis) anos, exceto na condição de aprendiz para os maiores de 14 (quatorze) anos, nem permitir a utilização do trabalho do menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre.

7.25. Cumprir, durante todo o período de execução do contrato, a reserva de cargos prevista em lei para pessoa com deficiência, para reabilitado da Previdência Social ou para aprendiz, bem como as reservas de cargos previstas em outras normas específicas (art. 116, da Lei n.º 14.133/2021);

7.26. Comprovar o cumprimento da reserva de cargos a que se refere a subdivisão acima, no prazo fixado pelo fiscal do contrato, com a indicação dos empregados que preencheram as referidas vagas (art. 116, parágrafo único, da Lei n.º 14.133/2021);

7.27. Designar o responsável pelo acompanhamento da execução das atividades e pelos contatos com o MUNICÍPIO;

7.28. Comunicar ao MUNICÍPIO, assim que possível e com a devida antecedência em relação à data da entrega, os motivos que impossibilitem o cumprimento do prazo previsto, com a devida comprovação, caso ocorrida tal circunstância;

7.29. Atender às determinações regulares emitidas pelo fiscal ou gestor do contrato ou autoridade superior (art. 137, II, da Lei n.º 14.133/2021) e prestar todo esclarecimento ou informação por eles solicitados;

7.30. Compete ao MUNICÍPIO:

7.30.1. Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pela CONTRATADA, de acordo com este contrato e seus anexos.

7. 30.2. Notificar a CONTRATADA, por escrito, sobre vícios, defeitos ou incorreções verificadas no objeto fornecido, para que seja por ele substituído, reparado ou corrigido, no total ou em parte, às suas expensas.

7.30.3. Acompanhar e fiscalizar a execução do contrato e o cumprimento das obrigações pela CONTRATADA;

7.30.4. Comunicar a CONTRATADA para emissão de Nota Fiscal no que é pertinente à parcela incontroversa da execução do objeto, para efeito de liquidação e pagamento quando houver controvérsia sobre a execução do objeto, quanto à dimensão, qualidade e quantidade, conforme o art. 143 da Lei Federal nº 14.133/21.

7.30.5. Efetuar o pagamento à CONTRATADA do valor correspondente à execução do objeto, no prazo, forma e condições estabelecidos no presente Contrato, anexos e Termo de Referência.

7.30.6. Aplicar à CONTRATADA as sanções previstas na lei e neste Contrato.

7.30.7. Emitir decisão expressa sobre todas as solicitações e reclamações relacionadas à execução do presente Contrato, ressalvados os requerimentos manifestamente impertinentes, meramente protelatórios ou de nenhum interesse para a boa execução do ajuste, em prazo compatível com a complexidade da matéria e com as diligências eventualmente necessárias à adequada instrução do pedido, admitida a prorrogação mediante justificativa fundamentada, e ressalvadas as hipóteses em que a legislação ou cláusula contratual estabeleça prazo específico.

7.30.8. Notificar os emitentes das garantias quanto ao início de processo administrativo para apuração de descumprimento de cláusulas contratuais.

7.30.9. Comunicar a CONTRATADA na hipótese de posterior alteração do projeto, no caso do art. 93, §2°, da Lei Federal n° 14.133/2021.

7.30.10. O MUNICÍPIO não responderá por quaisquer compromissos assumidos pela CONTRATADA com terceiros, ainda que vinculados à execução deste contrato, bem como por qualquer dano causado a terceiros em decorrência de ato da CONTRATADA, de seus empregados, prepostos ou subordinados.

7.30.11. Responder eventuais pedidos de reestabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro feitos pela CONTRATADA no prazo máximo de 60 (sessenta) dias, contado a partir da conclusão da instrução do requerimento, sendo admitida a prorrogação motivada desse prazo por igual período, e observado o disposto no parágrafo único do artigo 131 da Lei nº 14.133/2021;

7.30.11.1. O prazo para resposta ao pedido de restabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro não se iniciará enquanto a CONTRATADA não cumprir os atos ou apresentar a documentação solicitada pelo MUNICÍPIO para adequada instrução do requerimento.

8. DAS ALTERAÇÕES DO CONTRATO

8.1. Os acréscimos ou supressões a este contrato que se fizerem necessários deverão atender aos limites e casos previstos nos artigos 124 e 125, da Lei Federal nº 14.133/21, e ser prévia e expressamente autorizados pela Secretaria Municipal requisitante.

8.1.1. As alterações contratuais devem ser promovidas mediante celebração de seu respectivo Termo, salvo nos casos de justificada necessidade de antecipação de seus efeitos, hipótese em que a formalização do aditivo deverá ocorrer no prazo máximo de 1 (um) mês.

8.1.1.1. Nas alterações contratuais serão observados os limites legais para os acréscimos e supressões, utilizando-se, em qualquer caso, o valor inicial atualizado do contrato.

8.1.1.2. Em qualquer hipótese, não poderá haver modificação da essência do objeto.

8.1.1.3. É vedado promover modificação no contrato sem prévio procedimento.

8.1.1.4. Registros que não caracterizam alteração do contrato podem ser realizados por simples apostila, dispensada a celebração de termo aditivo, na forma do art. 136 da Lei n° 14.133/21.

8.2. Eventuais pedidos de reequilíbrio econômico-financeiro deste contrato, efetuados pela CONTRATADA, deverão atender aos art. 103, 104, 124, 130 e 131 da Lei Federal nº 14.133/21.

8.2.1. Por se tratar de alteração contratual de comum acordo, caberá à CONTRATADA demonstrar o desequilíbrio aventado, por meio de documentos comprobatórios a serem apresentados, que serão analisados pelos órgãos técnicos, financeiros e jurídicos do MUNICÍPIO, para verificar a aplicabilidade ou não do reequilíbrio, sempre mantido o desconto proposto pela CONTRATADA na licitação ou na contratação direta.

8.2.2. É dever da CONTRATADA dar cumprimento à execução contratual, mesmo diante de pedidos de reequilíbrio e enquanto o MUNICÍPIO efetua sua análise, sob pena de serem aplicadas as sanções previstas em lei e/ou neste contrato.

8.2.3. O pleito de reequilíbrio econômico-financeiro não será acolhido quando a CONTRATADA falhar em comprovar os requisitos previstos no caput desta cláusula, em especial nas seguintes hipóteses:

I - a efetiva elevação dos encargos não resultar em onerosidade excessiva ou não restar comprovada e quantificada por memória de cálculo a ser apresentada pela parte interessada;
II - o evento que houver dado causa ao desequilíbrio houver ocorrido em data anterior à sessão pública de entrega dos envelopes e declarações complementares ou posterior à expiração da vigência deste contrato;
III - não for comprovado o nexo de causalidade entre o evento e a majoração dos encargos suportados pela parte interessada;
IV - a parte interessada houver, direta ou indiretamente, contribuído para a majoração de seus próprios encargos, seja pela previsibilidade do evento, seja pela possibilidade de evitar a sua ocorrência;
V - a elevação dos encargos decorrer exclusivamente de variação inflacionária, hipótese já contemplada nos critérios de reajuste e/ou repactuação previstos neste instrumento, caso incida;
VI - o evento que houver dado causa ao desequilíbrio constituir álea ordinária imputável à CONTRATADA, quando o pleito houver sido apresentado por esta.

8.2.4. O prazo para resposta ao pedido de restabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro será de até 30 (trinta) dias, prorrogável por igual período.

8.3. A fusão, cisão ou incorporação da CONTRATADA não implicará óbice para a execução deste contrato se a pessoa jurídica resultante da operação societária, cumulativamente:

a) comprovar, no prazo que lhe for assinalado pelo MUNICÍPIO, o atendimento de todos os requisitos de habilitação exigidos no Edital da licitação, ou, no caso de contratação direta, todos os requisitos de habitação exigidos para a efetivação do vínculo contratual;
b) mantiver as demais cláusulas e condições do contrato;
c) não gerar prejuízos à execução do objeto pactuado;
d) contar com a anuência expressa do MUNICÍPIO para dar continuidade ao contrato.

8.4. Não será admitida a subcontratação, cessão ou transferência, total ou parcial, do objeto deste contrato.

9. DA PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS:

a) Proteção de dados e cumprimento da Lei 13.709/2018: As Partes, por si, por seus representantes, colaboradores e por quaisquer terceiros que por sua determinação participem do objeto deste contrato, comprometem-se a atuar de modo a proteger e a garantir o tratamento adequado dos dados pessoais a que tiverem acesso durante a relação contratual, bem como a cumprir as disposições da Lei nº 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados - LGPD). Cada Parte será individualmente responsável pelo cumprimento de suas obrigações decorrentes da LGPD e das regulamentações emitidas posteriormente pela autoridade reguladora competente. A CONTRATADA deverá assegurar que o acesso a dados pessoais seja limitado aos empregados, prepostos ou colaboradores que necessitem acessar dados pertinentes na medida que sejam estritamente necessários para a finalidade deste contrato, assegurando ainda que todos esses indivíduos estejam sujeitos a compromisso de confidencialidade ou obrigações profissionais de confidencialidade.

b) Regularidade da coleta: Cada uma das Partes deverá garantir que quaisquer dados pessoais que forneça à outra Parte tenham sido obtidos de acordo com as regras previstas na LGPD, sendo da Parte Controladora a responsabilidade pela obtenção e controle das autorizações e/ou consentimentos necessários junto aos titulares dos dados.

c) Tratamento de dados: De acordo com o que determina a Lei Geral de Proteção de Dados, as Partes obrigam-se a tratar os dados pessoais a que tiverem acesso unicamente para os fins e pelo tempo necessário para o cumprimento das suas obrigações e para a adequada execução do objeto contratual, ou ainda com fundamento em outra base legal válida e específica. A CONTRATADA deverá colocar à disposição do MUNICÍPIO, caso seja solicitada, toda a informação necessária para cumprimento de tal obrigação e permitir inspeções, auditorias e contribuir com elas em relação ao tratamento de dados pessoais.

d) Segurança e boas práticas: Cada uma das Partes deverá também adotar as medidas de segurança, técnicas e administrativas, aptas a proteger os dados pessoais de acessos não autorizados e de situações acidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração, comunicação ou qualquer forma de tratamento inadequado ou ilícito, observada a natureza dos dados tratados. A CONTRATADA deverá auxiliar o MUNICÍPIO na investigação, mitigação e reparação de cada um dos incidentes de segurança que possam ocorrer e na elaboração dos relatórios de impacto à proteção de dados pessoais quando necessário.

e) Monitoramento da conformidade: Cada uma das Partes compromete-se a acompanhar e monitorar a conformidade das suas práticas, assim como as dos seus suboperadores e quaisquer terceiros, com as obrigações de proteção dos dados pessoais previstas neste instrumento, e deverá, quando necessário, fornecer à outra Parte as informações pertinentes para fins de comprovação destes controles. A CONTRATADA deverá notificar imediatamente o MUNICÍPIO ao receber o requerimento de um titular de dados e quando for o caso, auxiliar o MUNICÍPIO na elaboração de resposta de tal requerimento.

f) Propriedade dos dados: O presente instrumento não modifica ou transfere a propriedade ou o controle sobre os dados pessoais disponibilizados, obtidos ou coletados no âmbito deste instrumento, que permanecerão sendo de propriedade do seu proprietário originário.

g) Comunicação: Cada uma das Partes obriga-se a comunicar uma à outra, no prazo de até 72 (setenta e duas) horas, por escrito e entregue na forma física no endereço da Prefeitura Municipal ou na forma eletrônica nos endereços de e-mail conforme edital, termo de referência e contrato, qualquer descumprimento das obrigações previstas neste instrumento, assim como qualquer incidente de segurança que possa acarretar risco ou dano relevante à outra Parte, aos dados pessoais e/ou aos seus titulares, devendo neste caso a CONTRATADA fornecer informações suficientes para que o MUNICÍPIO cumpra quaisquer obrigações de comunicar à autoridade nacional e ao(s) respectivo(s) titular(es) do(s) dado(s), mencionando no mínimo o seguinte:

i) a descrição da natureza dos dados pessoais afetados;
ii) as informações sobre os titulares envolvidos;
iii) a indicação das medidas técnicas e de segurança utilizadas para a proteção dos dados, observados os segredos comercial e industrial;
iv) os riscos relacionados ao incidente;
v) os motivos da demora, no caso de a comunicação não ter sido imediata;
vi) as medidas que foram ou que serão adotadas para reverter ou mitigar os efeitos do prejuízo.

h) Cooperação: As Partes comprometem-se a cooperar mutuamente, fornecendo informações e adotando outras medidas razoavelmente necessárias com o objetivo de auxiliar a outra Parte no cumprimento das suas obrigações de acordo com a Lei Geral de Proteção de Dados.

i) Devolução/Eliminação dos Dados: Cada Parte se compromete ainda, imediatamente, nas hipóteses de extinção contratual, por qualquer motivo, ou por solicitação da outra Parte, a devolver ao MUNICÍPIO ou eliminar, conforme o caso, todos os dados pessoais disponibilizados, inclusive eventuais cópias de dados pessoais tratados no âmbito deste contrato, certificando por escrito o MUNICÍPIO, o cumprimento de tal obrigação obtidos ou coletados no âmbito da relação contratual, salvo se houver base legal válida e específica para manutenção de determinadas informações.

j) Responsabilidade: A CONTRATADA responderá por quaisquer danos, perdas ou prejuízos causados ao MUNICÍPIO ou a terceiros decorrentes do descumprimento da legislação aplicável, não excluindo ou reduzindo tal responsabilidade a fiscalização do MUNICÍPIO em seu acompanhamento.

k) Compartilhamento de Dados: É vedado o compartilhamento com terceiros dos dados obtidos fora das hipóteses permitidas em Lei.

l) Responsabilidade por Suboperadores e Subcontratados: A CONTRATADA deverá exigir de SUBOPERADORES e SUBCONTRATADOS o cumprimento dos deveres da presente cláusula, permanecendo integralmente responsável por garantir sua observância.

m) Adequação à LGPD e às Determinações da ANPD: O contrato está sujeito a ser alterado nos procedimentos pertinentes ao tratamento de dados pessoais, quando indicado pela autoridade competente, em especial a ANPD por meio de opiniões técnicas ou recomendações, editadas na forma da LGPD.

n) Cooperação e Prestação de Informações: Os contratos de que trata o § 1º do art. 26 da LGPD deverão ser comunicados à autoridade nacional. A CONTRATADA deverá prestar, no prazo fixado pelo MUNICÍPIO, prorrogável justificadamente, quaisquer informações acerca dos dados pessoais para cumprimento da LGPD, inclusive quanto a eventual descarte realizado.

10. DAS PENALIDADES

10.1. Comete infração administrativa, nos termos do artigo 155 da Lei Federal nº 14.133/21, a CONTRATADA que:

a) dar causa à inexecução parcial do contrato;
b) dar causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano ao MUNICÍPIO, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;
c) dar causa à inexecução total do contrato;
d) deixar de entregar a documentação exigida para o certame;
e) não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado;

f) não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;
g) ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da licitação, ou de sua dispensa, sem motivo justificado;
h) apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação, ou de sua dispensa, ou a execução do contrato;
i) fraudar a licitação, ou sua dispensa, ou praticar ato fraudulento na execução do contrato;
j) comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;
k) praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação ou de sua dispensa;
l) praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

10.2. Serão aplicadas à CONTRATADA que incorrer nas infrações acima descritas, na forma do art. 156 da Lei Federal nº 14.133/21, as seguintes sanções:

10.2.1. Advertência, quando der causa à inexecução parcial do contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave;

10.2.2. Impedimento de licitar e contratar pelo prazo máximo de 03 (três) anos, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “b”, “c” e “d” da cláusula 10.1. deste Contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave;

10.2.3. Declaração de inidoneidade para licitar e contratar pelo prazo mínimo de 03 (três) anos e máximo de 6 (seis) anos, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “e”, “f”, “g” e “h” da cláusula 10.1. deste Contrato, bem como nas alíneas “b”, “c” e “d”, que justifiquem a imposição de penalidade mais grave;

10.2.4. Multa, pela inexecução parcial ou total do objeto desta contratação, ou inadimplemento das obrigações assumidas no presente, além das medidas e penalidades previstas em lei e neste contrato, conforme a seguir estipuladas, de acordo com a natureza e a gravidade da falta:

a) compensatória de 10% (dez por cento) sobre o valor total do contrato, no caso de inexecução total do objeto;
b) compensatória de 10% (dez por cento) proporcional à obrigação inadimplida, no caso de inexecução parcial do objeto;
c) moratória de 0,5% (cinco décimos por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor total do contrato, até o limite de 10% (dez por cento);
d) em caso de inexecução parcial, a multa moratória será aplicada de forma proporcional à obrigação inadimplida (em termos de valor/quantidade).

10.2.5. As multas serão atualizadas no momento de seu efetivo recolhimento.

10.3. A aplicação das sanções previstas neste Contrato não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado ao MUNICÍPIO.

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

10.4.1. A multa efetivamente aplicada, bem como eventuais indenizações cabíveis, poderão ser cobradas por meio de guia de recolhimento, ou compensada com recursos provenientes de valores de pagamentos devidos à CONTRATADA, ou com a utilização da caução (se houver), ou por via judicial, mediante inscrição em dívida ativa.

10.4.2. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo MUNICÍPIO à CONTRATADA, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente.

10.4.3. Previamente ao encaminhamento à cobrança judicial mediante inscrição em Dívida Ativa, a multa poderá ser recolhida administrativamente no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela autoridade.

10.5. A aplicação das sanções realizar-se-á em processo administrativo que assegure o contraditório e a ampla defesa à CONTRATADA, observando-se o procedimento previsto na Lei Federal nº 14.133/21 para as penalidades de advertência e multa e os previstos no caput e parágrafos do art. 158 da Lei Federal nº 14.133/21, para as penalidades de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

10.6. O atraso superior a 30 (trinta) dias autoriza o MUNICÍPIO a promover a extinção do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõe o inciso I do art. 137 da Lei Federal nº 14.133/21.

10.7. Na aplicação das sanções serão considerados:

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

10.8. Os atos previstos como infrações administrativas na Lei Federal nº 14.133/21, ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na Lei Federal nº 12.846/13, serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos na referida Lei.

10.9. A personalidade jurídica da CONTRATADA poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos neste Contrato ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com a CONTRATADA, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia.

11. DA EXTINÇÃO CONTRATUAL

11.1. Este contrato será extinto pelo MUNICÍPIO, no todo ou em parte, de pleno direito, em qualquer tempo, isento de qualquer ônus ou responsabilidade, independentemente de ação, notificação ou interpelação judicial, observadas as disposições da Lei Federal n° 14.133/2021, garantindo o contraditório e a ampla defesa para a CONTRATADA, notadamente por:

a) não cumprimento ou cumprimento irregular normas editalícias ou de cláusulas contratuais, de especificações, de projetos ou de prazos;
b) desatendimento das determinações regulares emitidas pela autoridade designada para acompanhar e fiscalizar sua execução ou por autoridade superior;
c) alteração social ou modificação da finalidade ou da estrutura da empresa que restrinja sua capacidade de concluir o contrato;
d) sofrer decretação de falência ou de insolvência civil, dissolução da sociedade ou falecimento do contratado;
e) caso fortuito ou força maior, regularmente comprovados, impeditivos da execução do contrato;

f) atraso na liberação das áreas sujeitas a desapropriação, a desocupação ou a servidão administrativa, ou impossibilidade de liberação dessas áreas, se o caso;
g) razões de interesse público, justificadas pela autoridade máxima do órgão ou da entidade contratante;

11.1.2. O não pagamento dos salários e das verbas trabalhistas, e o não recolhimento das contribuições sociais, previdenciárias e para com o FGTS poderá dar ensejo à extinção do contrato por ato unilateral e escrito do MUNICÍPIO e à aplicação das penalidades cabíveis.

11.1.2.1. O MUNICÍPIO poderá conceder prazo para que a CONTRATADA regularize suas condições de habilitação, sob pena de extinção contratual, quando não identificar má-fé ou a incapacidade de correção.

11.2. A extinção determinada por ato unilateral do MUNICÍPIO poderá acarretar, sem prejuízo das sanções prevista na Lei 14.133/2021, as seguintes consequências:

a) assunção imediata do objeto do contrato, no estado e local em que se encontrar, à critério do MUNICÍPIO por meio de ato próprio, podendo ainda, se o caso optar por dar continuidade à obra ou ao serviço por execução direta ou indireta;
b) ocupação e utilização do local, das instalações, dos equipamentos, do material e do pessoal empregados na execução do contrato e necessários à sua continuidade, a critério do MUNICÍPIO, por meio de ato de autorização expressa da autoridade municipal competente, podendo dar continuidade à obra ou ao serviço por execução direta ou indireta, quando cabível;
c) execução da garantia contratual para: ressarcimento da Administração Pública por prejuízos decorrentes da não execução/fornecimento, pagamento de verbas trabalhistas, fundiárias e previdenciárias, incluídas as verbas rescisórias, quando cabível, pagamento das multas devidas à Administração Pública e exigência da assunção da execução e da conclusão do objeto do contrato pela seguradora, quando cabível;

11.3. Nos casos em que houver necessidade de ressarcimento de prejuízos causados ao MUNICÍPIO, nos termos do inciso IV do art. 139 da Lei n° 14.133/2021, poderá reter os eventuais créditos existentes em favor da CONTRATADA decorrentes do contrato.

11.4. O Contrato poderá ser extinto caso se constate que a CONTRATADA mantém vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que tenha desempenhado função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, nos termos do artigo 14, inciso IV, da Lei n° 14.133/2021.

11.5. O contrato poderá ser extinto antes do prazo nele fixado, sem ônus para o MUNICÍPIO, mediante justificativa formal de que não dispõe de créditos orçamentários para sua continuidade ou de que o contrato não mais lhe oferece vantagem.

11.5.1. Nesse caso, a extinção antecipada ocorrerá na próxima data de aniversário do contrato, garantido um prazo mínimo de 02 (dois) meses para ciência formal da CONTRATADA, devendo ser observada a regra do art. 183 da Lei nº 14.133/2021 para a contagem deste prazo.

11.5.2. O contrato poderá ser extinto com fundamento na ausência de créditos orçamentários ou na perda de vantagem contratual antes da data de aniversário, desde que ocorra com ônus para o MUNICÍPIO, conforme previsto no art. 138, §2º, da Lei nº 14.133/2021.

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

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

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

a) Do balanço dos eventos contratuais já cumpridos ou parcialmente cumpridos;
b) Da relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos;
c) Das indenizações e multas.

11.8. A extinção do contrato não configura óbice para o reconhecimento do desequilíbrio econômico-financeiro, hipótese em que será concedida indenização por meio de termo indenizatório.

11.9. Se for constatada irregularidade no procedimento licitatório ou na execução contratual, caso não seja possível o saneamento, a decisão pelo MUNICÍPIO sobre a suspensão da execução ou sobre a declaração de nulidade do contrato somente será adotada na hipótese em que se revelar medida de interesse público, observado o disposto nos artigos 147 a 149 da Lei nº 14.133, de 2021, conferindo-se à CONTRATADA oportunidade para prévia manifestação e participação na instrução.

12. DA PREVENÇÃO E ENFRENTAMENTO AO ASSÉDIO MORAL E SEXUAL E DEMAIS CRIMES CONTRA A DIGNIDADE SEXUAL

12.1. A CONTRATADA obriga-se a observar e implementar, no âmbito da execução do presente contrato, as disposições da Lei Federal nº 14.540, de 03 de abril de 2023, bem como do Decreto Municipal nº 35.287, de 28 de julho de 2025, que institui o Programa de Prevenção e Enfrentamento ao Assédio Moral e Sexual e demais crimes contra a dignidade sexual e à violência sexual, adotando todas as medidas necessárias de prevenção, conscientização, orientação e enfrentamento dessas práticas no ambiente de trabalho.

12.1.1. O descumprimento das obrigações previstas nesta cláusula sujeitará a CONTRATADA às penalidades contratuais e legais cabíveis, sem prejuízo da apuração de responsabilidades administrativas, civis e criminais.

13. DOS CASOS OMISSOS

13.1 Aplicam-se à execução deste contrato, bem como aos casos omissos, a Lei Federal nº 8.078/90, a Lei Federal nº 13.709/18, a Lei Federal nº 14.133/21, os preceitos de direito público e, supletivamente, os princípios da teoria geral dos contratos e as disposições de direito privado.

14. DO FORO

14.1 Para quaisquer questões judiciais oriundas da execução do presente contrato, fica eleito o foro desta Comarca de Jundiaí, Estado de São Paulo, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

15. DISPOSIÇÕES GERAIS

15.1. O MUNICIPIO divulgará o presente instrumento no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), na forma prevista no art. 94 da Lei Federal n° 14.133/21, bem como no respectivo sítio oficial na Internet, em atenção ao art. 8°, § 2°, da Lei Federal n° 12.527/11.

15.2. Fica ciente a CONTRATADA que se parte ou total da verba de custeio do presente contrato advir de convênio federal/estadual, poderá acarretar atrasos na execução do presente contrato, não gerando direito a indenização por perdas e danos.

15.3. As assinaturas realizadas no presente contrato convalidam as notas de empenhos e os anexos do Tribunal de Contas LC 01 - Termo de Ciência e de Notificação e LC 02 - Declaração de Documentos à Disposição do TCE - SP, correspondentes à presente contratação.

Jundiaí, ____ de _____ de 2026.

gov.br
Documento assinado digitalmente
FELIPE AUGUSTO DE ALMEIDA SOUZA
Data: 09/10/2026 12:09:48-0300
Verifique em https://validar.iti.gov.br